



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Kvalitetsackrediteringar för handelshögskolor och dess värdeskapande för studenterna

*En kvantitativ studie om ackreditering på Handelshögskolan vid Göteborgs
universitet*

Företagsekonomiska institutionen
Management & Organisation
Vårterminen 2020
Kandidatuppsats
Författare: Zana Doroci
Handledare: Mikael Hilmersson

Sammanfattning

På en alltmer internationell marknad söker sig fler handelshögskolor till ett sätt att sticka ut bland mängden konkurrenter. Som vilken organisation som helst vill även universitet visa sina aktörer att de håller hög kvalitet. En implementering som blivit allt vanligare med åren är att försöka visa sitt värde som handelshögskola genom ackreditering. Tidigare forskning om ackrediteringars påverkan på skolor är till större del utifrån ett större organisatoriskt perspektiv, hellre än med fokus på mikronivå. Då studenter är den största delen av organisationen och ur ett perspektiv även kan betraktas som den mest väsentliga aktören, blir deras synpunkter ytterst relevanta. Kvalité är som regel något som kunden bestämmer, samtidigt som kvalitet har en direkt förbindelse med värdet som företagets aktiviteter skapar för denne. På många sätt kan även en student betraktas som en kund, vilket innebär att handelshögskolornas aktiviteter då bör skapa värde för studenterna i avsikt att därmed öka universitetets kvalitet. Ackreditering har alltså blivit en central aktivitet hos flertals handelshögskolor och är följaktligen något som bör bidra med värde för studenterna. Då ackreditering dessutom kräver stora resurser blir det ytterligare relevant att ifrågasätta dess bidrag till organisationen. Denna studie avser därmed att undersöka ackrediteringars värdeskapande för studenter på en ackrediterad handelshögskola. Undersökningen sker genom en kvantitativ enkätundersökning och avgränsas till Handelshögskolan vid Göteborgs universitet med fokus på ackrediteringsramverket European Quality Improvement System (EQUIS). Studien visar att ackreditering i grund och botten faktiskt bidrar med värde för studenterna på Handelshögskolan, men att studenterna samtidigt inte riktigt är medvetna om dess värdeskapande.

Nyckelord: ackreditering, ackrediteringsarbete, EQUIS, handelshögskolor, kvalitet, värdeskapande

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
1.1 Bakgrund	4
1.1.1 Ackrediteringar i praktiken	5
1.2 Problemdiskussion.....	6
1.3 Syfte.....	7
1.4 Frågeställning	7
1.4.1 Avgränsningar	7
2. Referensram.....	8
2.1 Tidigare studier om ackreditering och ackrediteringsarbete	8
2.2 Ackreditering och dess standarder	10
2.2.1 EQUIS modellen	10
2.2.1.1 Tio dimensioner för kvalitet	11
2.3 Studenten som kund och kvalitetsförväntningar	13
2.4 Forskningmodell	15
3. Metod	17
3.1 Val av metod.....	17
3.2 Urval	18
3.3 Datainsamling	18
3.3.1 Forskningsetiska aspekter	20
3.3.2 Bortfall	20
3.4 Bearbetning av data	20
3.5 Reliabilitet och validitet.....	22
4. Resultat	23
4.1 Respondenterna	23
4.2 Värdeskapande för studenten.....	23
4.2.1 Resurser	23
4.2.2 Strategi & Styrning.....	24
4.2.3 Program	25
4.2.4 Relationer till praktiken.....	25
4.2.5 Studenter.....	26

4.2.6	Fakultet & Forskning	27
4.2.7	Förberedelser för omvärlden	27
4.2.8	Övrigt	28
4.2.9	ANOVA-test skillnaden mellan dimensionerna.....	28
4.3	Upplevelsen av ackreditering	29
4.3.1	Medvetenhet och innebörd	29
4.3.2	Betydelsefullhet.....	31
5.	Diskussion	32
5.1	Värdeskapande för studenten på Handelshögskolan	32
5.1.1	Dimensionernas mest påtagliga faktorer	32
5.1.2	Störst värdeskapande.....	33
5.1.3	Skillnad i värdeskapande mellan dimensionerna	35
5.2	Studenternas uppfattning av ackreditering	36
6.	Slutsatser.....	37
6.1	Slutsats.....	37
6.2	Studiens bidrag	39
6.3	Implikationer	39
6.4	Begränsningar och fortsatt forskning	39
7.	Referenslista	41
	Bilaga 1 – Enkätformulär	44

1. Inledning

I det inledande kapitlet presenteras bakgrunden för studien, följt av en problemdiskussion som mynnar ut i undersökningens syfte och frågeställningar. Som avslut introduceras de avgränsningar som ligger till grund för arbetsgången.

1.1 Bakgrund

I dagsläget befinner vi oss i en situation där utbildning är en central diskussion. En pågående pandemi har resulterat i en global påverkan på ekonomin, som följaktligen bidragit till att tusentals människor blivit av med sina jobb. Svenska regeringen bedömer utifrån situationen att alltför personer kommer vara i behov av utbildning, för att byta yrke eller helt enkelt öka sin kompetens. Redan i år förväntas antalet platser på högskolor i Sverige öka med 9,300. Något som regeringen planerar att satsa stora resurser på (Ekström, 2020). Ett betydande fokus tycks därmed hamna på utbildning de nästkommande åren. Faktumet resulterar i att kvalitet på utbildning blir ännu mer essentiellt då fler personer kommer att bemötas av den akademiska världen. Betydligt fler studenter än tidigare kommer behöva välja mellan universitet, och fler resurser kommer krävas av universiteten (Ekström, 2020).

En aktuell fråga blir då vad handelshögskolor gör för att skapa en bättre och mer lockande omgivning för studenterna. Ett sätt för handelshögskolor att förbättra sin kvalitet är vanligtvis genom så kallad ackreditering (Koslowski, 2006). Frågan är då om detta kan vara den lösning som förbättrar skolans kvalitet och skapar mervärde för studenten. Eller å andra sidan om ackrediteringarna överhuvudtaget bidrar till så pass stort värde för studenterna för att därpå vara avsevärda att lägga ner resurser på.

Kvalitetsackrediteringar för handelshögskolor är något som blivit allt mer aktuellt med åren, såväl som en nödvändighet för att vara ett konkurrenskraftigt universitet (Lagrosen, 2017). Vi känner oftast igen dessa som The European Quality Improvement System (EQUIS), The Association of MBAs (AMBA) och The Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) (Lagrosen, 2017). Syftet med ackreditering är att mäta kvalitén på utbildningen, skapa internationell igenkänning och driva skolan till förbättring (Urgel, 2007). Ett initiativ som däremot inte alla anser har en så pass positiv inverkan som framstått (Alajoutsijärvi, Kettunen & Sohlo, 2018).

I sin korthet skapades EQUIS ackrediteringen med syfte att bidra till de universitet som ville nå den internationella marknaden genom att hjälpa dem sticka ut bland tusentals skolor. Något som även de andra ackrediteringsramverken utvecklats till att åstadkomma (Urgel, 2007). Vid en EQUIS utvärdering granskas bland annat faktorer relaterat till programmen på skolan, strategier, forskning och universitetets nätverk. Ackrediteringen AMBA är ett system skapat för högre utbildning, vars fokus huvudsakligen ligger på att utvärdera sådant som programmets design och ledarskap, skolans medverkan i studenternas utveckling, och examinationsmetoder (Lagrosen, 2017). Även AACSB ämnar att kontinuerligt bidra till förbättring av skolans kvalitet,

mer specifikt inom områden som strategiskt ledarskap, utlärningsmetoder, akademisk och professionellt engagemang samt de olika organisationsmedlemmarnas utveckling (Lagrosen, 2017).

Att bli ackrediterad är relativt unikt i relation till det antalet handelshögskolor som finns till internationellt. Närmare sagt var totala antalet handelshögskolor 13,670 år 2011 (Avolio & Benzaquen, 2020). Att som universitet bli tilldelad alla tre ackrediteringar samtidigt innebär en *Triple Crown* ackreditering, som ännu färre universitet världen över nått upp till. Fram till år 2019 har endast 90 handelshögskolor lyckats bli *Triple Crown* universitet (MBA Today, 2019). Det är däremot inte alla universitet som har intresse i att bli ackrediterade, eftersom de självmant skapat ett gott rykte om sig och har sina egna metoder för att skapa en kvalificerad utbildning. Dock har ackrediteringar kommit att bli relevanta för ett större antal universitet med åren då fler handelshögskolor implementerar dessa. Något som följaktligen gjort dem till en nödvändighet för många universitets överlevnad (Lagrosen, 2017)

1.1.1 Ackrediteringar i praktiken

I en mer globaliserad värld förmås handelshögskolor konkurrera på en internationell marknad med betydligt fler aktörer än tidigare. Omständigheterna bidrar till att det blir essentiellt för organisationer att på något sätt visa att dem är bättre än sina konkurrenter, eller kan bidra med större värde för dess medlemmar. Alltså kommer ackreditering in som ett bevis för detta. Men en certifiering är inte det enda dem bidrar med till organisationerna. Arbetet tar inte slut när skolan väl får sina ackrediteringar, snarare tvärtom, förbättring av universitets kvalité börjar först när skolan blir ackrediterad (Avolio & Benzaquen, 2020). Vilka delar som kvalitetsförbättringsprocessen berör beror på vilka ackrediteringar skolan arbetar med och vad den ackrediteringsorganisationen anser gör en utbildning kvalificerad. Med exempelvis EQUIS väljer universitetet självmant områden som de vidare ska förbättra för att bli ett överlägset universitet, dock i enlighet med vad EQUIS anser att förbättring innebär. Ackrediteringsorganisationerna följer därefter ständigt med i processen genom kontinuerlig rapportering från skolan (Urgel, 2007). EQUIS såväl som AACSB har dessutom stadgat i sin uppdragsbeskrivning att deras främsta mål är att förbättra management utbildning internationellt. Syftet med ackrediteringarna är alltså att bland de sökande identifiera de bästa handelshögskolorna och därefter hjälpa dem utvecklas till en bättre version av sig själva (Alajoutsijärvi et al. 2018).

Från ena perspektivet innebär ackrediteringarna stora positiva förbättringar på organisatoriska områden så som ledarskapet, utlärningsmetoderna, forskningsfronten (Avolio & Benzaquen, 2020; Nguyen, 2017) och även på organisationskulturen (Lejeune & Vas, 2009). Å andra sidan tyder andra på att ackrediteringarna istället har en negativ inverkan på organisationskulturen (Nguyen, 2017), att dem bidrar till ett fokus på status istället för kvalitetsförbättring (Alajoutsijärvi et al. 2018) och att de inte alls har en tydlig påverkan på utlärningsmetoderna (Makhoul, 2019). Det finns studier som visar på en positiv inställning till ackrediteringarnas bidrag i studenternas utveckling (Xinqi, Wenzhong & Wenchao, 2018) medan andra studier visar på att ackreditering inte är värdefullt överhuvudtaget ur studenternas perspektiv (Khayati

& Ariail, 2020). Det är därmed inte alltid tydligt i vad för inverkan ackrediteringarna faktiskt har inom organisationen och vilka förändringar som egentligen förekommer. Därpå kan det vara av vikt för de sökande universiteten att klargöra vad för förändring de själva ämnar att åstadkomma och vem de vill att det ska påverka. Alla organisationer, oavsett form, bör fundera på vad deras grundläggande syfte är, varför de är till och vad de ska tjäna till (Watson, 2002).

Den välkände inom kvalitets och managementvärlden Peter F. Drucker menar att företagets främsta uppgift är att tjäna sina kunder. Då kunden är kärnan i verksamheten ska företagets främsta fokus ligga på att uppfylla deras behov (Watson, 2002). Organisationens kvalitét bygger på kundernas nöjdhet och därmed bör de kontinuerligt arbeta med att skapa värde åt kunden (Watson, 2002). Studenter på handelshögskolor kan såväl ses som kunder för handelshögskolor, således bör skolorna arbeta med att öka värdet för studenten, för att vidare öka företagets kvalitét (Parsiseau & McDaniel, 1997). Hur och om ackreditering bidrar till värdeskapande för studenterna bör på så vis vara den aspekt som handelshögskolor lägger störst fokus på vid arbetet med ackreditering.

1.2 Problemdiskussion

Då en betydande del handelshögskolor ämnar att bli ackrediterade bör värdet av det ifrågasättas. Att ta del av de internationella ackrediteringsprocesserna innebär höga kostnader för universiteten, både för att bli ackrediterade och för att behålla dem genom kostsamma förändringar (Nguyen, 2017). Det kan även innebära att stora förändringar behöver göras inom organisationen för att leva upp till ackrediteringarnas krav, så som förändring av hela organisationens strategier. Detta leder ofta till att skolorna istället försöker sig på en omöjlig strategi som egentligen inte är passande för deras kunskap och resurser. Något som naturligt resulterar i svårigheter för organisationen att överhuvudtaget följa strategin (Urgel, 2007). För att all bemödande ska vara avlönande bör ackrediteringarna både attrahera studenter och skapa värde för dessa, med tanke på att kunden är den viktigaste aktören inom organisationen (Watson, 2002; Parsiseau & McDaniel, 1997). Det blir därmed intressant att ifrågasätta och utreda ackrediteringars värdeskapande för studenten.

Forskning kring ackrediteringarnas påverkan på handelshögskolor är i första hand ur ett större organisatoriskt och lednings perspektiv, medan studenternas aspekt är mindre utforskad. Faktumet blir märkbart då större fokus ligger hos effekter på ledarskap, organisationskultur, och strategier (Avolio & Benzaquen, 2020; Lejeune & Vas, 2009; Urgel, 2007) eller påverkan på universitetets status (Alajoutsijärvi et al. 2018) samt personal (Makhoul, 2019). I relation till studenter forskas det mycket om rankning av universitet (Mårtensson & Richtné, 2015), dock har forskningsområdet inga direkta förbindelser med ackreditering. Vad gäller ackreditering och studenter har Xinqi et al. (2018) fokuserat på upplevelsen av dessa i Kina, utöver det är det betydligt mindre forskning som går att finna relaterat till studenter. Hur handelshögskolorna blir påverkade av de internationella ackrediteringarna är inte heller något som alla är ense om. Snarare existerar det både optimistiska och pessimistiska synpunkter vad gäller deras verkliga påverkan på högskolorna. Dessutom om kvalitén överhuvudtaget förbättras till följd av dessa (Alajoutsijärvi et al. 2018).

Med tanke på att ackreditering som sagt blivit en nödvändighet för ett flertal handelshögskolor (Lagrosen, 2017) blir värdet av dessa ytterst relevant. Meningen med universitet är i grund och botten att tillhandahålla utbildning för studenterna, då den största delen av organisationen består av studenter (Parsiseau & McDaniel, 1997). Studenter är även att betrakta som kunder (Parsiseau & McDaniel, 1997) och organisationens kvalitet är något som kunderna fastställer (Koslowski, 2006). Det är dessutom de aktörer i organisationen som direkt påverkas av ackrediteringarnas effekter. Vidare bör deras perspektiv vara minst lika väsentligt, eller snarare det som fokus bör ligga på. Kunders uppfattning av kvalitet har en direkt koppling till värdet som kunderna får ut av företagets aktiviteter (Watson, 2002). Ett vanligt sätt att försöka åstadkomma kvalitet på handelshögskolor är just genom ackreditering (Koslowski, 2006). Om ackrediteringarna är en av handelshögskolornas aktiviteter bör likaväl denna skapa värde för studenterna. Att skapa värde för kunderna ska vara företagets främsta fokus (Watson, 2002), därmed är studenternas upplevelse och värdesättning av ackrediteringar relevant och något som universiteten särskilt bör lägga fokus på när de söker att bli ackrediterade.

Sammanfattningsvis finns alltså i nuläget flera olika perspektiv på hur handelshögskolor påverkas av kvalitetsackrediteringar, och få perspektiv baserade på studenternas synvinkel. Hur studenter ser på ackrediteringarna samt på vilka sätt de anser att de vinner på dessa, är idag inte lika brett utforskat. Då studenter utgör största delen av organisationen och bör vara universitetens främsta fokus är det essentiellt att ha deras perspektiv i åtanke när organisationen söker att bli ackrediterade. Processerna är dessutom ytterst tid- och resurskrävande för universiteten. Värdet av ackrediteringarna bör på så vis ifrågasättas, främst med fokus på studenternas perspektiv.

1.3 Syfte

Denna studie syftar till att förklara ackrediteringar och i vilken utsträckning de bidrar med värdeskapande för studenter. Närmre genom att undersöka hur studenterna på en ackrediterad handelshögskola uppfattar och värdesätter dessa.

1.4 Frågeställning

- I vilken utsträckning bidrar ackreditering med värdeskapande för studenter på en handelshögskola och vilka delar i ackrediteringsramverket har störst betydelse?

1.4.1 Avgränsningar

Frågeställningen kräver en studie som utförs på en ackrediterad handelshögskola. Denna studie avgränsas till Handelshögskolan vid Göteborgs universitet som är en *Triple Crown* ackrediterad högskola (MBA Today, 2019). Studien utelämnar dessutom utbytesstudenterna på högskolan. Universitetet kan vidare komma att refereras till som *Handelshögskolan*. Ytterligare en avgränsning som görs är att fokus enbart ligger på EQUIS ackrediteringssystem. Avgränsningen görs då det valda systemet ackrediterar skolan som helhet istället för enskilda program eller studienivå, vilket AMBA och AACSB däremot gör (Lagrosen, 2017).

2. Referensram

I följande avsnitt presenteras den teoretiska referensram som i undersökningen användas för att få djupare förståelse för och analysera det empiriska materialet. Inledningsvis presenteras tidigare forskning inom området för att ge en bild av vad för effekt ackreditering kan få på universiteten. Därefter introduceras ackrediteringramverkets perspektiv på vad som leder till kvalitet för handelshögskolor och de standarder som finns för ackreditering. Detta med anledning att ge förståelse för vad en kvalificerad handelshögskola enligt EQUIS innebär och vilka delar i organisationen som ackrediteringen avser beröra. Vidare presenteras teoretiska perspektiv på vad som medför värde och innebörden av kvalitet för en kund, såväl som för en student. Avslutningsvis beskrivs även den forskningsmodell som i studien används för att undersöka ackrediteringens värdeskapande för studenten.

2.1 Tidigare studier om ackreditering och ackrediteringsarbete

En aspekt som lyfts fram i de tidigare studierna är att de internationella ackrediteringarna leder till positiva organisatoriska effekter för huvudsakligen tre områden; marknadsföring, strategi och organisationsförändring. Mer specifikt sker positiva förändringar i faktorer som företagskulturen, management strategier för långsiktiga resultat, effektiviteten hos universitetet och ledarskapet, universitetets kvalitet, och även på forsknings- och publiceringsfronten (Avolio & Benzaquen, 2020). Avolio och Benzaquens (2020) forskning visar ett antal områden som är väsentliga att arbeta med för bibehållandet av ackrediteringarna, mer specifikt *Triple Crown* ackrediteringen. Några av dessa områden är; ledarskap och engagemang, hålla sig till budget, personalens engagemang och medvetenhet om betydelsen i att behålla ackrediteringarna, strategier för förbättring av kvalitet, bibehållande och rekrytering av kvalificerad personal, innovation, samt att hålla sig uppdaterad med litteratur och forskning. Dessa områden blir alltså de som i organisationen direkt påverkas av ackrediteringarna (Avolio & Benzaquen, 2020).

Även andra studier visar på att flera faktorer förbättras i organisationen som resultat av ackrediteringsarbetet. Främst är det kvalitén i programmen, ledningens strategiska planering, institutionens utveckling, ledarskapet överlag och även studenternas inläring. För att ta del av ackrediteringarna utbildas personal ofta via workshops, som resulterar i professionell utveckling och vidare positiva förändringar i lärandet (Nguyen, 2017). Alltså hjälper ackrediteringarna personalen att utvecklas personligen vilket därpå påverkar universitetet positivt. Programmen på universiteten förbättras också genom att högskolorna blir mer medvetna om sina styrkor och svagheter och jobbar därefter kontinuerligt med dessa. Här menas att skolornas fokus hamnar på kvalitén, vilket leder till själva förbättringen av denna. Utöver detta så innebär ackrediteringarna också ett förbättrat rykte, vilket sedan är menat att påverka studenternas arbetsliv genom att göra dem mer eftertraktade tack vare skolans status. Studenterna tycks även få större inflytande på universitetet genom att deras åsikter blir mer hörda av ledningen och att förändringar därefter sker i enlighet med deras krav (Nguyen, 2017).

Med alla dessa positiva effekter låter det rimligt att alla handelshögskolor bör sträva efter att bli ackrediterade. Dock håller inte all forskning med om att dessa leder till de förmodade

positiva förändringarna. Medan ett perspektiv tyder på att organisationskulturen förbättras bland studenterna av exempelvis EQUIS, därpå även effektiviteten då dessa anses ha en direkt koppling (Lejeune & Vas, 2009), menar andra att ackrediteringar istället har en negativ inverkan på institutionens kultur. Något som sker då de skapar separation från andra universitet som inte har ackrediteringar (Nguyen, 2017). Nguyen (2017) menar att en *vi och dem* känsla bidrar till negativa effekter på kulturen. Samtidigt visar även Lejeune och Vas (2007) studie att bara för att organisationskulturen verkar förbättras, innebär det inte att studenternas nöjdhet för organisationen gör det.

En annan synvinkel visar att ackrediteringarna i första hand handlar om konkurrenskraftighet hellre än förbättring av kvalité. Att de till och med blivit en nödvändighet för handelshögskolorna, vilket skiftat fokus från kvalitetsförbättring helt och hållet. Här anses att motivationen bakom att bli ackrediterade handelshögskolor oftare är status och rykte, hellre än kvalitetsförbättringsprocessen (Alajoutsijärvi et al. 2018). Dessutom vill universiteten gärna tillhöra den grupp handelshögskolor som blivit ackrediterad då dessa anses ha högt status. Framför allt den grupp av högskolor som erhåller *Triple Crown*. Målet blir att bli högt rankade universitet istället för förbättring av utbildning, trots faktumet att ackrediteringsorganisationernas mål är det motsatta (Alajoutsijärvi et al. 2018).

Trots att skolorna kommit att se på ackrediteringarna som ett slags rankingsverktyg visar annat på att studenter prioriterar andra faktorer vid val av universitet. Några av de kategorier som studenter på handelshögskolor värderar mest är; möjlighet till arbete efter examen och lönen, ett stort kursutbud, utrymme att studera på i skolan, lärarnas tillgänglighet samt access till utomstående parter i kurserna för ytterligare praktisk kunskap. Skolans rykte visade sig vara en relativt obetydlig komponent för studerande (Mårtensson & Richtner, 2015). Det visar sig även att vad studenter anser bidrar till en kvalificerad utbildning är huvudsakligen utlärningsmetoder och praktiskt erfarenhet hos professorerna. Dessa två grupper är de som visade sig viktigast av fem undersökta; forskning, utlärnin, erfarenhet, service (här ingår ackrediteringar) och rykte/status på institutionen. Denna studie visar på att ackrediteringar och status, ur studenternas perspektiv, inte är essentiella för en kvalificerad företagsekonomisk utbildning (Khayati & Ariail, 2020).

I Kinesiska handelshögskolor visas dock på motsatsen, där ansåg studenter att internationella ackrediteringar har en positiv inverkan på utbildningen och dess kvalité. Xinqi et al. (2018) visar på ett perspektiv vars ackrediteringar har stor påverkan i att förbättra utbildningen och en betydlig majoritet var positiva till dem. Studenterna ansåg även att utlärningsmetoderna förbättras till följd av ackrediteringarna och majoriteten var nöjda med kvalitén på sin utbildning. Förändringar som var märkbara för studenterna då de även gått på skolan innan ackreditering (Xinqi et al. 2018). En studie i Libanon, baserad på professorers synvinkel på ackrediteringarnas påverkan i utlärnin, visar dock att professorerna saknar gemensam uppfattning för vilka metoder i utlärnin som är viktigast. Varje professor hade sina egna utlärningsmetoder och uppfattningar. De saknade även förståelse för hur ackrediteringarna påverkar deras sätt att lära ut och tyder på att dem inte spelar in i deras utlärande (Makhoul, 2019).

Sammanfattningsvis visar den tidigare forskningen på olika perspektiv vad gäller effekterna av ackrediteringar på handelshögskolor. Medan viss forskning tyder på positiva förändringar hos organisationen, visar annan på en negativ inverkan eller snarare ingen inverkan på kvalitetsförbättring överhuvudtaget. Studierna pekar å ena sidan på att ackrediteringarna inte är relevanta för kvalitet ur studenternas perspektiv medan det i Kina visar sig vara motsatta förhållanden. I dagsläget är studenternas perspektiv dock inte lika brett utforskat. Gapet lämnar utrymme att ytterligare utveckla det perspektivet inom forskning på ackrediteringarnas betydelse för handelshögskolorna.

2.2 Ackreditering och dess standarder

Avsnittet introducerar innehåll ur EFMD styrdokument som beskriver EQUIS modellen och de krav som bör uppfyllas för att bli ett kvalificerat universitet och därpå nå ackreditering. Inledningsvis beskrivs EQUIS modellens innebörd och vidare de tio områden som modellen berör vid ackrediteringsarbetet. Kapitlet innehåller även teoretisk bakgrund kring ackreditering och dess effekter, som ställs mot styrdokumentets innehåll.

2.2.1 EQUIS modellen

EQUIS är en ackreditering som tilldelas av den ideella organisationen European Foundation for Management Development (EFMD), till för att bidra med förbättring av handelshögskolor internationellt (Urgel, 2007). Syftet med EQUIS modellen är att handelshögskolor ska genom deras processer resultera i mer kvalificerade universitet (Lagrosen, 2017). Det håller dock inte alla med om, Alajoutsjärvi et al. (2018) menar att syftet egentligen utvecklats till att öka konkurrenskraftighet för handelshögskolor genom att erbjuda dem en certifiering som bevis. De menar även att fokus inom handelshögskolorna fullständigt skiftar från kvalitetsförbättring, vilket innebär att ackrediteringens värde för organisationsmedlemmarna inte blir det ursprungligen avsedda (Alajoutsjärvi et al. 2018). Medan EFMD (2019) istället menar att modellen i grund och botten handlar om att skapa ett värde för högskolorna genom att sätta upp standard som ska leda dem till att bli kvalificerade högskolor. En uppfattning av ackrediteringen som även Avolio och Benzaquen (2020) samt Nguyen (2017) är ense om. Urgel (2007) definierar EQUIS modellen som ett bidragande till kontinuerlig förbättring av handelshögskolors helhet.

Det finns följaktligen ett antal standard som krävs att organisationerna lever upp till för att få en EQUIS ackreditering. Dessa standard är vad modellen antyder symboliserar och leder till kvalitet för handelshögskolor och är även de element som skolan då fokuserar på i sitt arbete med förbättring (Lagrosen, 2017). EFMD (2019) delar upp dessa i tio dimensioner som de menar är de mest essentiella för värdet i företagsekonomiska institutioner. Om en skola lever upp till standarden uppsatta för varje dimension anses dem kvalificerade nog att bli tilldelade en ackreditering (EFMD, 2019). Följande figur visar en förenklad bild av relationen mellan de olika dimensionerna.



Figur 1 Reviderad bild från EFMD (2019, s.7)

2.2.1.1 Tio dimensioner för kvalité

Här beskrivs de tio dimensionerna som anses relevanta för kvalité enligt EQUIS modellen, vilket även är det som ackrediteringen ämnar att beröra i organisationen (EFMD, 2019). Följande introduceras var för sig eller i grupp med andra dimensioner.

Kontext, strategi och styrning

Handelshögskolan ska ha ett tydligt mål som hela institutionen förstår och delar. De ska ha en effektiv och integrerad förvaltning av sina aktiviteter i organisationen och till stor del styra över sitt eget öde. En väsentlig del av kvalité är att strategin är realistisk och fungerande i relation till organisationens resurser och begränsningar (EFMD, 2019). Urgel (2007) som har lång erfarenhet med EQUIS systemet menar dock att för att nå alternativt behålla ackreditering, försöker sig skolor ofta på en omöjlig strategi som inte passar deras resurser. Han menar att resultatet på så vis blir motsägelsefullt mot vad modellen ursprungligen vill att skolan ska uppnå (Urgel, 2007). Vidare blir skolan värderad i deras medvetenhet om miljön/marknaden som de agerar i, institutionens rykte, styrning och ledarskap, skolans mål, visioner och värderingar, strategisk positionering och planering, hur dem i nuläget arbetar med kvalité, deras arbete med internationalisering, etik och hållbarhet, och slutligen deras kontakter med näringslivet (EFMD, 2019).

Program

Högskolan bör ha program som är välutformade och resulterar i tydliga inlärningsresultat, det ska dessutom finnas både kunskapsförvärv och kompetensförvärv. Det bör förekomma variation i utlärningsmetoder som utgår från utbildningspraxis och läroplanen bör möjliggöra för praktisk erfarenhet. Samtidigt bör skolan tillåta kontinuerlig feedback från sina aktörer, alltså bör inflytande i organisationen vara möjliggjord (EFMD, 2019). Nguyen (2017) menar att studenters påverkan på utbildningen i verkligheten faktiskt ökar tack vare ackrediteringar. De faktorer som anses viktiga för kvalitén inom denna gren är programportföljen, programmets design och innehåll, kompetensförvärv, utlärningsmetoder, examineringsmetoder, internationalisering, hållbarhet och skolans nätverk (EFMD, 2019).

Utbildning för professionella samt nätverk

En annan aspekt som det tas hänsyn till vid kvalitetsmätning i EQUIS modellen är skolans arbete med kurser som bedrivs i syfte att utbilda professionella. Om skolan har en sådan utbildning ska denna vara lika väl inkluderad i det strategiska arbetet som övriga program. Utbildningen för de professionella ska även vara en möjlighet för universitetet att skapa kontakter med företag som är relevanta för den marknad som skolan ämnar att utbilda sina studenter inom. Utöver det ska det även bidra till att skolan utvecklar sina utlärningsmetoder med hjälp av de professionellas praktiska erfarenhet, samtidigt som de även medverkar till att skolan håller sig uppdaterad om marknaden (EFMD, 2019). Vidare bör universitetet även ha ett brett nätverk med utomstående företag och en bra interaktion med dessa för att få ut det mesta av deras relationer (EFMD, 2019). Något som visat sig vara högt uppskattat av studenter vid val av högskola (Mårtensson & Richtnér, 2015).

Studenter

Skolan ska bestå av kvalificerade studenter och ska försäkra sig om detta genom att ha processer som bidrar till ett bra urval av studenter. De ska dessutom ha en mångfald av studenter från olika bakgrunder och nationaliteter (EFMD, 2019). Mårtensson och Richtnér (2015) menar dock att mångfald inte är en relevant faktor för studenterna och skapar därmed inget direkt värde. EFMD (2019) inkluderar däremot detta i sina standarder och är något som skolor bör leva upp till för att bli kvalitetsstämplade. Några andra faktorer som värderas i denna kategori är hur studenter utvecklas i sina studier och professionella yrken, deras relation till skolan efter examen och hur väl skolan tar hand om sina studenter (EFMD, 2019).

Fakultet och forskning

En annan viktig omständighet är att fakulteten är tillräckligt bred i utbildning och består av olika utbildningsnivåer. Det är essentiellt att ha ett stort antal medlemmar som doktorerat eller håller på att doktorera. Universitetet ska även vara i framkant på forskningsfronten, dvs. att det finns krav på skolan att forska och publicera verk (EFMD, 2019). EFMD (2019) menar att forskning tyder på att skolan utvecklas och ju mer publicerade verk desto mer kvalificerad blir

de och attraherar fler kvalificerade studenter. Däremot menar främst Mårtensson och Richtné (2015) att studenter inte har någon nytta av att skolan har ett stort antal publicerade verk.

Resurser och administration

Universiteten bör ha en finansiell stabilitet för att kunna skapa en bra miljö för studenterna, så som platser på högskolan där studenter kan studera, ett brett utbud litteratur och möjliggöra tillgång till tekniska hjälpmedel. Dessutom ska administrationen på skolan bestå av personal av hög kvalitet som kan stödja skolans aktiviteter aktiviteterna (EFMD, 2019). Omständigheterna är sådana som studenter enligt Mårtensson och Richtné (2015) värderar högt när studenter väljer högskola och är något som för dem symboliserar kvalitet. Koslowski (2006) antyder däremot att liknande faktorer inte är tillräckliga för kvalitet och att studenter istället söker sig till mer meningsfulla upplevelser.

Internationalisering samt etik, ansvarighet och hållbarhet

Dessa två dimensioner är sådana som även inkluderas som standarder i varje enskild dimension. Något som tyder på att dem enligt EFMD (2019) är två essentiella områden som universitet bör fokusera på för att uppnå kvalitet. Det krävs att skolan ska ha tydliga strategier för implementering av både och för att förbereda sina studenter för en globaliserad värld där hållbarhet och internationalisering är ytterst viktiga. (EFMD, 2019). Lejeune (2011) menar att handelshögskolor spelar en stor roll i samhället vad gäller hållbarhet, då dem bidrar med att få framtida ledarskapet tänka på etiska frågor och hållbarhet. Därmed blir hållbarhet relevant i utbildning och allt fler krav ställs på dessa (Lejeune, 2011).

2.3 Studenten som kund och kvalitetsförväntningar

Kvalité är något som kunder förväntar sig när dem konsumerar av ett företag. Det är därmed väsentligt för företag att förstå kunders behov för att kunna tillgodogöra dessa. Handelshögskolor är att se på som företag, och studenterna som kunder som konsumerar en utbildning (Parsiseau & McDaniel, 1997). En syn på studenter som kunder är dock något som universiteten inte är mån om, de ser snarare på studenterna som råprodukter som skolan vidare ska arbeta på och utveckla (Ewell, 1993). Parsiseau och McDaniel (1997) menar att högskolor har samma krav på sig från studenter som andra företag har från sina kunder gällande produktens kvalitet. Därmed bör dem kontinuerligt arbeta med förbättring och bibehållande av kvalitet i verksamheten (Parsiseau & McDaniel, 1997). Även Koslowski (2006) tyder på att kvalitet blivit mer av ett måste för högre utbildning och kräver arbete från universiteten för att leva upp till studenternas förväntningar. Författaren menar att kvalitet definieras av kunderna och inte av företagen, men att det är ledningens ansvar att uppfylla de krav som ställs av kunden (Koslowski, 2006).

Koslowski (2006) pekar på faktumet att ett vanligt sätt för universitet att arbeta med kvalitet är genom att bli ackrediterade, men han menar även att studenterna är ute efter mer än en symbol för kvalitet. Studenter vill få ut något mer värdefullt av ett universitet, det är alltså inte tillräckligt

att fakulteten exempelvis producerar ett stort antal högutbildade studenter (Koslowski, 2006), något som däremot är viktigt för skolan att leva upp till enligt EQUIS (EFMD, 2019). Istället baseras universitetens kvalitet på utkomsten, att utbildningen resulterar i nöjda studenter som dessutom är attraktiva för arbetsgivare. Kunden förväntar sig få tillbaka det som de investerat i sin utbildning och ser kvalitet genom sina förväntningar och upplevelser på organisationen, precis som kunder i vilket företag som helst (Koslowski, 2006). Seymour (1992) menar dock att det är svårt för universitet att förhålla sig till att fylla den enskilda kundens behov och förväntningar, med tanke på mångfalden studenter. Koslowski (2006) påstår att företag i slutändan levererar och bör leverera det som är bäst för majoriteten av kunderna, vilket också i regel bör implementeras på högskolor.

Det finns ingen enig bild om vad kvalitet egentligen är då det framstår flera olika synvinklar på vad som definierar kvalitet i företag (Cullen, Joyce, Hassall & Broadbent, 2003). Studenternas definition av kvalitet är att de får ut ett önskat resultat av universitetet och att skolan samtidigt levt upp till deras förväntningar (Koslowski, 2006), medan fakulteten istället fokuserar på bevis som exempelvis antalet publikationer och antalet kurser (Mårtensson & Richtnér, 2015). Det senare stämmer väl överens med EQUIS ackrediteringens standarder för vad som anses vara en kvalificerad högskola (EFMD, 2019). Vad som däremot är tydligt är att studenter kan betraktas som kunder (Parsiseau & McDaniel, 1997) och för att kunna leverera kvalitet till kunderna bör deras förväntningar förstås av företaget (Koslowski, 2006). Därpå blir det betydande att begripa vad studenternas behov är för att universitetet ska veta vad det är dem ska tillgodogöra, något som denna studie har för avsikt att ta reda på.

Peter F. Drucker är en välkänd figur inom management som förklarar syftet med företag och deras relation till kunden. I en intervju uttalar Drucker sig om att det enda rätta syftet med företag är att skapa en kund och att kunden är kärnpunkten i hela verksamheten (Watson, 2002). Han menar även att företag bör fokusera på kvalitén som de levererar till kunderna och skapa värde för dem genom de aktiviteter som företaget fokuserar på, då kunden är central i organisationen. I Watsons (2002) intervju med Drucker säger han "Which one activity is at the center of costs and of results? The answer: serving the customer." (Watson, 2002, s. 59). Romer (1986) är ytterligare en akademiker som håller med om att kunden är den aktör som företaget bör fokusera på att skapa värde för.

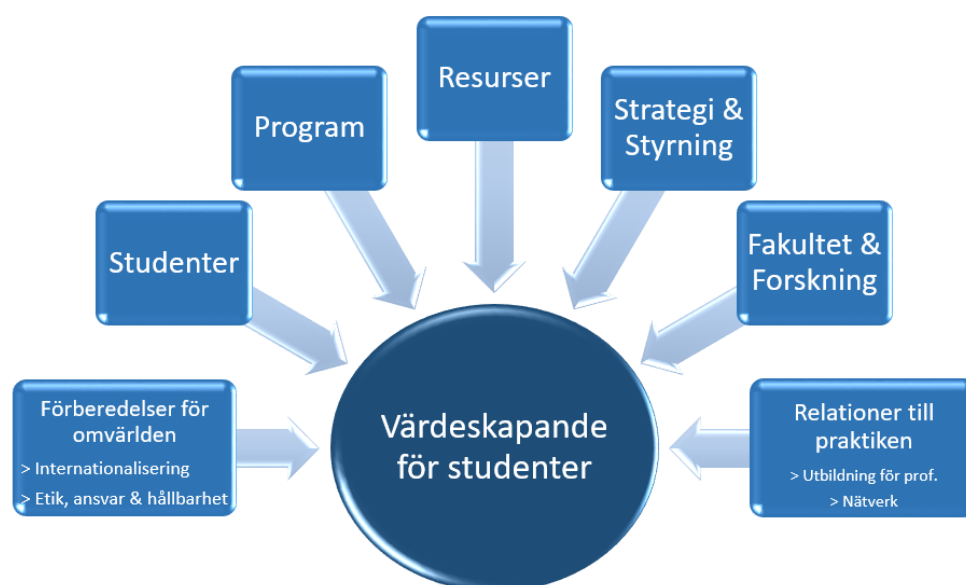
För att få en mer kundbaserad strategi menar Vandermerwe (2000) att företag bland annat bör skifta makten från företaget till kunden och ge dem en integrerad kundupplevelse. Att skifta makten från företaget till kunden är ett sätt att skapa värde för dem, något som företaget kan göra genom att exempelvis låta sina kunder ge feedback (Vandermerwe, 2000). Företaget kan integrera kunderna genom att vara med i alla steg av aktivitetsprocess, dvs. innan, under och efter kundens interaktion med företaget (Vandermerwe, 1993). Graf och Maas (2008) skriver att värde för kunden även skapas av det resultat som den får ut av produkten och hur väl dessa lever upp till deras förväntningar. De menar även att denna aspekt bidrar till deras uppfattning av kvalitén. Ytterligare en aspekt som Graf och Maas (2008) påvisar skapar värde är relationen mellan kunden och företaget. Även risken som kunden får ta genom att handla på just det företaget bidrar till värdeskapande för denne, alltså risken för vad kunden kan förlora genom

att välja det företaget (Graf & Maas, 2008). Vidare pekar Graf och Maas (2008) på att flera studier kommit fram till att det finns en positiv relation mellan värdeskapande för kunden och företagets kvalité.

Om studenten kan betraktas som en kund gäller samma principer som ovan för denne. De parametrar som är till högst värde för studenter överlag menar Hill, Lomas och MacGregor (2003) är bland annat lärarnas roll i utbildningen, hur väl de lär ut och hur involverade dem är i studenternas utveckling. Professorernas roll är något som även Mårtensson och Richtnér (2015) menar är till stor betydelse för studenter, däremot inkluderar de också den praktiska erfarenheten hos professorerna som en viktig faktor för kvalité. Ytterligare en aspekt som anses öka värdet hos högskolan för studenter är att de kontinuerligt får stöd från institutionen, både från administrativ personal och lärare (Hill et al. 2003). Studenter uppskattar även att få den hjälp de behöver med sina studier och interaktionen i klassrummen, därmed är likaså relationen till studenterna betydelsefull (Hill et al. 2003). Mårtensson och Richtnér (2015) tyder på att utkomst av utbildning, som exempelvis tillgång till arbete efter examen, är en viktig faktor, något som Koslowski (2006) dessutom håller med om. Författarna visar på att studenter värderar mjukare aspekter i organisationen hellre än sådant som utåt symboliserar kvalité (Koslowski, 2006; Mårtensson & Richtnér, 2015; Hill et al. 2003), något som hos fakulteten istället värderas högt (EFMD, 2019).

2.4 Forskningmodell

Här illustreras den modell som i studien användas för att undersöka ackrediteringars värdeskapande för studenter



Figur 2 Skapad av författaren

Figuren visar hur de olika dimensionerna som EQUIS ramverket ställer krav på för kvalité, ska testas mot den direkta kopplingen till värdeskapande för studenter. De tio dimensionerna grupperades in i sju som täcker hela EQUIS modellen och refereras till som: *förberedelser för omvärlden, studenter, program, resurser, styrning och strategi, fakultet och forskning samt relationer till praktiken*. Genom att testa de olika komponenternas betydelse för studenterna är det menat att visa på hur stort värde varje enskilt element har, för att slutligen få en uppfattning om helhetens värde för studenten. Baserat på den teori och forskning som hittills presenterats kring värdeskapande för kunder, bör enbart ett antal dimensioner i EQUIS modellen skapa värde för studenten. Denna studie kan dock komma att avvika från den forskningen eftersom värderelationen testas specifikt på en handelshögskola. Vidare testas dessutom alla element i EQUIS, vilket det inte gjorts inom de valda teoretiska ramarna. Studien kan därmed potentiellt visa att resterande komponenter som inte benämns som värdeskapande faktiskt skapar värde för studenten på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. Något som det dock enbart kan visas på efter att studien har utförts. I detta stadié görs endast antaganden kring vad som kan komma att skapa värde för studenten relaterat till ackreditering. Antagandet är att alla dimensioner inom EQUIS modellen skapar värde för studenter, alternativt att ett antal områden inom modellen skapar större värde för studenten än andra. Det förmodas däremot inte att inga dimensioner inom modellen skapar värde för studenten eller att någon dimension inte tillför något värde överhuvudtaget.

De dimensioner som tros skapa större värde är bland annat förberedelser för omvärlden, då dessa bidrar till studentens framtid i en mer globaliserad värld och de utvecklas på ett personligt plan genom att lära sig tänka mer etiskt, hållbart och ta mer ansvar. Program området är ytterligare ett sådant som här anses skapa större värde, eftersom mycket handlar om nära relationer till lärare och själva *produkten* utbildning genom att fokusera på utlärningsmetoder, examinationer och innehåll i undervisning. Dessutom har studenter chansen att ge feedback vilket innebär att de kan ha en inverkan på skolan. Vissa faktorer inom dimensionen studenter förmodas också skapa större värde, så som studenters personliga utveckling och hur pass väl skolan tar hand om sina studenter. Även resurser kan komma att ha betydelse genom att tillhandahålla studenter arbetsytor och material som bidrar till deras inläring. Slutligen dimensionerna inom relationer till praktiken, vilket kan leda till studentens ökade chanser för arbete genom att redan under sina studier ha tillgång till företag och professionella.

Baserat på tidigare resonemang har följande hypoteser stadgats där *värde* är den beroende variabeln. De oberoende variablerna är de olika faktorerna som kan bidra med värde, alltså de olika *dimensionerna* som EQUIS presenterar och som här fördelats in i sju större grupper.

H_0 : *Det finns ingen signifikant skillnad i värdeskapande mellan EQUIS ramverkets olika dimensioner*

H_A : *Åtminstone en av dimensionerna skiljer sig åt signifikant i värdeskapande*

3. Metod

I följande avsnitt redogörs de vetenskapliga metoder som använts för att utföra studien. Inledningsvis diskuteras och argumenteras för valet av en kvantitativ metod och vilken ansats som ligger till grund för arbetsgången. Vidare presenteras urvalet som studien utförts på, tillvägagång vid insamling av material, de forskningsetiska aspekterna av metoden och bortfallet. Kapitlet avslutas med hur data bearbetas och analyseras samt en diskussion av studiens reliabilitet och validitet.

3.1 Val av metod

Studien ämnar att undersöka värdet av ackreditering för studenter på en handelshögskola, vilket innebär att den valda ackrediteringen EQUIS faktorer testas på studenterna. Vanligtvis kräver detta en deduktiv ansats där hypoteser bildas kring viss teori som sedan empiriskt ska testas (Patel & Davidsson, 2011). Här baseras studien på EQUIS tio dimensioner om kvalité samt teori bakom vad som skapar värde för en kund. Alltså bestämmer referensramen i denna studie vilken typ av information som samlas in genom att testa de faktorer som i teorin anses skapa värde för studenten. Ett deduktivt arbetssätt leder till en i förväg utsedd förståelse för hur informationen och resultatet ska tolkas, något som då anses stärka objektiviteten i studien eftersom mindre personliga inlägg från författaren faller in (Patel och Davidsson, 2011).

Patel och Davidsson (2011) menar dock även på att det deduktiva arbetssättet kan styra in studien på en teori för mycket vilket innebär att andra intressanta perspektiv inte lyfts fram. I detta fall gäller det att fokus faller mycket på EQUIS referensram vilket leder till att andra ackrediteringars faktorer förbises. Dock var det en nödvändighet att göra den avgränsning i undersökningen med tanke på studies storlek. Ackrediteringarna värdesätter vanligtvis liknande faktorer i handelshögskolor (Lagrosen, 2017), vilket innebär att det i slutändan ändå kan dras en generellare slutsats kring om ackreditering skapar värde för studenterna, trots att större fokus ligger på EQUIS systemet.

Hypotestester innebär att det finns antagande kring forskningsfrågorna redan innan dessa utreds och att pröva dessa hypoteser är ett sätt att bidra med förklaring till frågeställningarna (Field & Hole, 2003). Då studien bygger på en hypotetisk-deduktiv arbetsgång krävs att en passande metod används för att kunna utföra undersökningen. Den metod som vanligtvis används vid ett deduktivt arbetssätt är en kvantitativ metod (Ghauri & Gronhaug, 2010), något som även i denna studie ansågs vara det mest passande arbetssättet. För att förstå om ackreditering skapar värde för studenterna krävdes det att undersöka relationen mellan värdeskapande för studenter och ackreditering, vilket då innebar att en kvantitativ metod blev relevant.

Undersökningen kunde alternativt ha utförts genom en kvalitativ metod, så som fokusgrupper där studenter diskuterar ackreditering för att få en djupare uppfattning av deras åsikter och upplevelser (Bryman, 2011). Eftersom fokusgrupper är en kvalitativ metod hade det dock inneburit att en mer öppen diskussion tagit plats då frågorna oftast inte är lika strukturerade

(Patel & Davidsson, 2011). Risken löper då att fokus istället hamnar på andra teman och bort från den specifika referensram som studien ämnar att undersöka. Kvalitativ metod är på så vis oftast mer passande för abduktiva och induktiva arbetssätt (Patel & Davidsson, 2011). Kvantitativ metod är mer relevant när en teoretisk referensram ska testas, vilket då gör kvantmetod den mest passande för denna studies arbetsgång (Ghauri och Gronhaug, 2010). Vidare innebär dessutom kvantitativ metod i allmänhet att det är en större andel personer som inkluderas i studien eftersom det tar mindre tid att exempelvis skicka ut enkäter till ett stort antal än att intervjua dessa (Bryman & Bell, 2017). Något som här blir väsentligt då ju fler studenter som delar med sig om sina uppfattningar desto mer kan studien generaliseras till hela Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

3.2 Urval

Forskningsfrågorna är relaterade till studenter på ackrediterade handelshögskolor, vilket därmed också är den grupp som ska provas. Studenter på ackrediterade handelshögskolor är här den så kallade populationen som ämnas att undersökas (Patel & Davidsson, 2011). En avgränsning som gjorts i studien är att urvalet enbart är studenter på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, vilket även kan betraktas som stickprovet (Patel & Davidsson, 2011). Dock är valet av Handelshögskolan något av ett bekvämlighetsurval som Bryman och Bell (2017) benämner det. Valet gjordes eftersom det var den grupp som var närmast tillgänglig då författarna befinner sig på det valda universitetet och har på så vis enklare tillgång till respondenterna. När ett urval görs genom en tillgänglig grupp bör det tas hänsyn till att resultatet inte stämmer för alla andra i populationen (Patel & Davidsson, 2011). Något som här innebär att studenter på Handelshögskolan inte nödvändigtvis har samma uppfattning av ackreditering som studenter på andra handelshögskolor. Patel och Davidsson (2011) menar att resultatet däremot kan användas som ett försök till bedömning av hela gruppens uppfattningar och generaliserbarhet. I denna studie innebär det inte att alla studenter på handelshögskolor över världen har samma uppfattning av ackreditering, men resultatet kan betraktas som ett perspektiv på vad som skapar värde för studenter på en handelshögskola. Det slumpmässiga stickprovet på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet kan däremellan till viss grad representera studenterna på den specifika handelshögskolan (Patel & Davidsson, 2011).

3.3 Datainsamling

Insamling av data sker genom en kvantitativ metod som utförs i form av enkäter, något som är ett vanligt och effektivt sätt inom kvantmetod (Bryman & Bell, 2017). Att använda en enkätstudie innebär att en större mängd data genereras eftersom enkäter ofta är mindre tidskrävande att skicka ut (Bryman & Bell, 2017). I denna studie krävdes en större mängd studenter för att kunna generalisera resultaten till hela Handelshögskolan och dra en slutsats om vad studenter på skolan betraktar som värdeskapande.

Enkäten inleddes med neutrala frågor om studenternas årskurs och program (Patel & Davidsson, 2011). Vidare ställdes frågor relaterade till vad studenter i allmänhet tyckte om

ackreditering och dess betydelse för dem. Den större delen av enkäten bestod av frågor baserade på den teoretiska bakgrunden samt tidigare forskningen för att säkerställa att frågeställningen blev besvarad (Ghauri & Gronhaug, 2010). Eftersom enkäter inte ger möjlighet till komplettering är det viktigt att i första början täcka alla aspekter i frågeställningen (Patel & Davidsson, 2011). Huvuddelen av enkäten delades därmed upp i olika områden som relaterades till EQUIS modellen. Detta gjordes i syfte att försöka täcka alla möjliga faktorer som kan komma att skapa värde för studenten.

Vid utformning av enkäten togs även hänsyn till struktureringen och standardiseringen av frågorna. Strukturering innebär i vilken utsträckning frågorna är fria för tolkning, medan standardisering relateras till ordningen på frågorna och hur pass formade dessa är. Vid enkätundersökningar är det vanligt med en hög grad av båda aspekterna (Patel & Davidsson, 2011). Frågorna i studien var likadana för alla respondenter och ställdes i samma ordning, vilket tyder på en hög grad av standardisering. Det innebär enligt Patel och Davidsson (2011) att svaren blir enklare att jämföra och generalisera. När det gäller strukturering av frågorna är det vid en enkätundersökning att föredra hög strukturering med fasta svarsalternativ, eftersom det då blir lättare för respondenterna att besvara frågan till skillnad från öppna svarsalternativ (Bryman & Bell, 2017). Här användes i synnerhet fasta svarsalternativ, dock fanns det plats i vissa frågor att lägga till övriga kommentarer. Enkäten avslutades dessutom med en del benämnt som *övrigt* för att säkerställa att allt som studenter värdesätter i utbildning täcktes i undersökningen (Patel & Davidsson, 2011).

Då enkäten bestod av fasta svarsalternativ är det enligt Patel och Davidsson (2011) viktigt att variera i presentationen av frågorna och även formulering av alternativen. Något som görs med anledning att respondenterna inte ska tappa motivationen längs vägen. På så vis blandades frågorna med *ja* och *nej* svar, svarsalternativ med text, skalor och även flervalsrutnät där det var passande. Innan enkäten skickades ut till studenter på Handelshögskolan prövades frågorna på en liknande grupp (Patel & Davidsson, 2011). Detta resulterade i att vissa frågor fick ändras och svarsalternativ fick läggas till eftersom testet visade missförstånd av enstaka frågor och en brist på vissa alternativ.

När enkäten väl var utformad skickades denna ut till studenter på Handelshögskolan genom elektroniska kanaler så som e-post och sociala forum där studenterna befann sig (Sekaran & Bougie, 2013). I meddelandet som riktades till studenterna inkluderades förklaring till vad enkäten handlar om och varför personen är relevant för undersökningen samt en länk till enkäten (Patel & Davidsson, 2011). Epostutskicken var till studenters individuella e-post adresser, vilket innebar att rätt personer nåddes inför studiens syfte. När det dock gäller de andra sociala kanalerna fanns det risk för att fel personer skulle få tillgång till enkäten. Därmed var det väsentligt att vara tydlig med vem meddelandet riktades mot, för att inte andra än studenter på Handelshögskolan vid GU skulle besvara enkäten.

3.3.1 Forskningsetiska aspekter

För att bedriva en etisk forskning har det i studien tagits hänsyn till de fyra etiska kraven som ställs vid vetenskapliga undersökningar. Dessa är informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet samt nyttjandekravet (Bryman & Bell, 2017). Vidare har detta gjorts genom att informera respondenterna om syftet med enkäten och vad den ämnar att åstadkomma, denna information inkluderades i alla mail och de sociala kanalerna. Studenterna kunde sedan självständigt bestämma om de var intresserade att delta i undersökningen genom att klicka på länken till enkäten som skickades med. Studenterna fick även information om att undersökningen innebär full anonymitet och att svaren inte gick att spåra tillbaka till den enskilde personen. Därpå fanns det inte heller någon personlig information som respondenterna behövde dela med sig av, vilket också säkerställde nyttjandekravet (Patel & Davidsson, 2011).

3.3.2 Bortfall

Enkäten skickades både ut via e-post och publicerades på sociala kanaler som studenterna befann sig på. De sociala kanalerna bidrog inte med många respondenter, något som kan ha berott på att det inte var ett personligt meddelande till varje student och kan ha gjort det enklare att avvisa enkäten. Att dela enkäter elektroniskt ger dessutom ett större bortfall i allmänhet, i jämförelse med att exempelvis dela ut enkäten för hand. Något som sker då det är enklare att glömma bort ett mail än ett papper som personligen delats ut (Bryman & Bell, 2017). Dessutom fanns det risk för att mailet skulle hamna i skräpposten vilket innebär att det är svårt att förutspå hur många som mailet faktiskt nådde ut till. Detta medförde även att svarsfrekvensen i relation till utskickade enkäter var relativt låg. Enkäten skickades ut via epost till 2000 studenter och blev besvarad av 150 studenter, det innebär en svarsfrekvens på ca 8 % (Patel & Davidsson, 2011). Alla enkäter som besvarades var däremot i sin helhet ifyllda eftersom frågorna markerades som obligatoriska, något som inte tillät respondenten att gå vidare i enkäten utan att besvara alla frågor. Bortfallet blev därmed enbart de studenter som inte svarade på enkäten överhuvudtaget. Trots att bortfallet blev stort anses antalet 150 respondenter vara tillräckligt täckande och intressant för utförandet av studien.

3.4 Bearbetning av data

För att möjliggöra analys har insamlad rådata från enkäten brutits ner och presenterats i studien genom olika diagram, beroende på vilken som varit mest vederbörlig för informationen (Patel & Davidsson, 2011). Insamlad data konverterades inledningsvis till en Excelfil där det framgick vad varje individuell respondent hade svarat på varje fråga. Informationen var till att börja med inte bearbetad automatiskt, utan krävde att olika funktioner i Excel användes för att dela upp frågorna, svarsalternativen samt respondenterna. Frågorna och svarsalternativen delades upp i olika Excelblad där frekvenstabeller skapades för antal respondenter i varje fråga och alternativ. Därefter delades även respondenter upp i olika kategorier beroende på vilken årskurs de tillhörde. Eftersom fördelningen mellan årskurserna inte var jämn krävdes det ytterligare bearbetning av denna data och en omvandling till procentenheter för att ge en korrekt

jämförelse. Slutligen gjordes frekvenstabeller på all insamlad och uppdelad data, vilket därefter omvandlades till diagram som presenteras i resultatkapitlet (Patel & Davidsson, 2011).

Diagrammen visar respondenterna i både antal och procent för att ge en tydligare bild av fördelningen, med undantag för skillnaden mellan årskurser som enbart presenteras i procent. I ett antal diagram inkluderas även trendlinjer för att tydliggöra de trender som upptäcktes i frågan. Den deskriptiva statistiken ger en övergripande förståelse för vad respondenterna svarat och hur fördelningen mellan olika faktorer ser ut. På så vis framstår respondenternas svar och upplevelser uttryckligt (Bryman & Bell, 2017).

Inledningsvis presenteras vilka faktorer inom de olika EQUIS dimensionerna som studenterna värdesätter, vilket sedan kan analyseras för att inse om kategorin i sin helhet skapar värde för studenterna. Respondenterna hade i enkäten även möjlighet att lägga till övriga kommentarer i vad som skapade värde för dem. Denna data bearbetades genom att hitta mönster och gemensamma svar, som i empirin sedan presenterats i text. Vidare framställs även resultat som visar på vad studenterna anser om ackreditering, hur de upplever att ackreditering påverkar dem samt dess betydelsefullhet. Denna del av bearbetning och analys är en univariat metod, vilket innebär att varje variabel presenteras och analyseras var för sig (Bryman & Bell, 2017).

Resultatet beskrivs ytterligare genom en bivariat metod som betyder att samband mellan olika variabler analyseras. En metod som används för att ge djupare förståelse av empirin genom att visa på vad som ligger till grund för det givna resultatet (Bryman & Bell, 2017). Den bivariata analysen baseras här på att hitta samband mellan faktorerna som studenterna värdesätter och den årskurs som de går i. Även sambanden mellan studenternas upplevelse av ackreditering och antal år som de läst på skolan. Att sammanställa skillnaden mellan olika grupper och presentera informationen på flera sätt, bidrar till en mer täckande analys jämfört med att bara presentera varje variabel för sig (Patel & Davidsson, 2011).

För att testa hypoteserna utfördes ett ANOVA-test som innebär att skillnader mellan medelvärden prövas. ANOVA-testet används när fler än två grupper ska jämföras med varandra, vilket gjorde det lämpligt för denna studie då skillnaden mellan värdeskapande i alla dimensioner skulle testas i enlighet med hypoteserna. Testet visar om det finns signifikanta skillnader mellan grupperna, vilket innebär att resultatet inte betyder att det inte finns skillnader överhuvudtaget utan enbart att de inte är signifikanta. I studien användes ett 95 % konfidensintervall som innebär att nollhypotesen antingen accepteras eller förkastas med 95 % säkerhet. För att inte förkasta nollhypotesen krävs att ANOVA-testet i detta fall visar ett p-värde större än 0,05 eller ett F-värde som är större än det F-kritiska värdet. För att utföra testet krävs att ett antal krav uppfylls, så som att utfallsvariabeln är normalfördelad exempelvis genom att testet utförs på ett relativt stort antal, vanligtvis minst 30 personer. Studien utfördes på 150 personer och uppfyller de krav som finns för att utföra testet, vilket därmed gör studien lämpad för ANOVA-testet (Jaggia & Kelly, 2016). I analysen ställs sedan resultatet mot den valda referensramen för att få en djupare förståelse för empirin, de samband som finns och de kategorier som studenterna ansåg vara mest värdefulla.

3.5 Reliabilitet och validitet

För att säkerställa trovärdighet i studien bör två aspekter tas hänsyn till, dessa är reliabiliteten och validitet. Reliabilitet innebär att studien är tillförlitlig och att samma resultat ska tillkomma om undersökningen utförs på nytt (Bryman & Bell, 2017), eller utförs av någon annan på samma grupp (Patel & Davidsson, 2011). Något som bör uppmärksammas för att åstadkomma reliabilitet är att minska felvärden i undersökningen, frågorna ska därmed vara så tydliga som möjligt utan utrymme för missförstånd (Eliasson, 2006). Det innebär att en stabilitet säkerställs i undersökningen (Bryman & Bell, 2017). Enkäten skickades i förväg ut som ett test till respondenter liknande den grupp studien ämnar att undersöka. Genom att göra detta upptäcktes ett antal frågor som kunde misstolkas och ett antal svarsalternativ som saknades. Åtgärdandet av dessa misstolkningar innebar att felvärdena därmed minskade (Patel & Davidsson, 2011).

Vid utförande av enkäter är det väsentligt att i förväg testa enkäten och säkerställa att all information är tydlig. Respondenterna ska ha klart för sig vad de frågor som de besvarar innebär och vad syftet med dessa är (Patel & Davidsson, 2011). Ett försök till att säkerställa detta var som tidigare nämnt, att i förväg testa enkäten på andra studenter. Ytterligare ett försök till att klargöra frågorna var att det i varje fråga gavs instruktioner om att flera alternativ kunde väljas. Detta gjordes för att respondenterna skulle förstå att de kunde välja flera alternativ som de höll med om istället för ett. Vidare klargjordes det dessutom vid varje fråga att studenterna skulle välja de svarsalternativ som var sanna för dem själva. Detta var ett försök till att minska risken för att respondenterna skulle betrakta svarsalternativen som sanna och falska påståenden för Handelshögskolan överlag. Något som kunde ha uppfattats på så vis om inte frågan hade klargjorts.

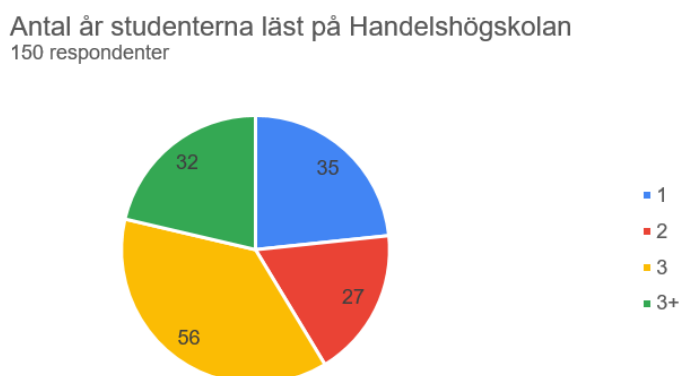
Validiteten i en undersökning handlar om hur väl det som ämnas att undersökas faktiskt undersöks och kan besvara den givna frågeställningen (Patel & Davidsson, 2011). Patel och Davidsson (2011) menar att det krävs ett lämpligt instrument för att mäta det som avses mätas, i denna studie är instrumentet enkäten. Som ett försök till att säkerställa validitet i enkätstudien togs det både hänsyn till innehållsvaliditeten och den samtidiga validiteten. En god innehållsvaliditet innebär att frågorna har på ett bra sätt relaterats till teorin som ligger till grund, och täcker problemområdet väl (Patel & Davidsson, 2011). Det var väsentligt att försöka säkerställa validiteten i studien så gott som möjligt eftersom enkäter inte ger tillfälle för komplettering. Det krävdes att frågorna i enkäten från början täckte alla EQUIS modellens dimensioner och de faktorer som potentiellt skapar värde för studenten. Detta gjordes genom att dela upp enkäten i olika kategorier baserat på forskningmodellen, där ingick sedan svarsalternativ på allt som skapar värde inom området. Den samtidiga validiteten innebär att instrumentet testas på en grupp samtidigt som ett annat instrument, för att sedan jämföra skillnaden i resultat (Patel & Davidsson, 2011). I undersökningen har detta gjorts genom att en testgrupp i förväg besvarat enkäten samtidigt som testpersonerna även muntligt utfrågats med liknande frågor. Svaren i enkäten var samma som de i den muntliga diskussionen, samtidigt stämde även resultatet överens med den teoretiska bakgrunden (Patel & Davidsson, 2011).

4. Resultat

I följande kapitel sammanställs resultatet från enkätundersökningen på 150 studenter från Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. Resultatet presenteras i diagram, både var variabel för sig och i jämförelse med andra variabler. Inledningsvis introduceras respondenterna, vilka faktorer som skapar värde för studenterna och skillnader som uppkom mellan årskurser. Vidare visas resultat på studenters medvetenhet och upplevelse av ackreditering. Slutligen presenteras hur betydelsefull ackreditering överlag är för studenten samt skillnaden mellan årskurser.

4.1 Respondenterna

Enkäten besvarades av 150 studenter varav fördelningen mellan årskurser såg ut så som i följande diagram.



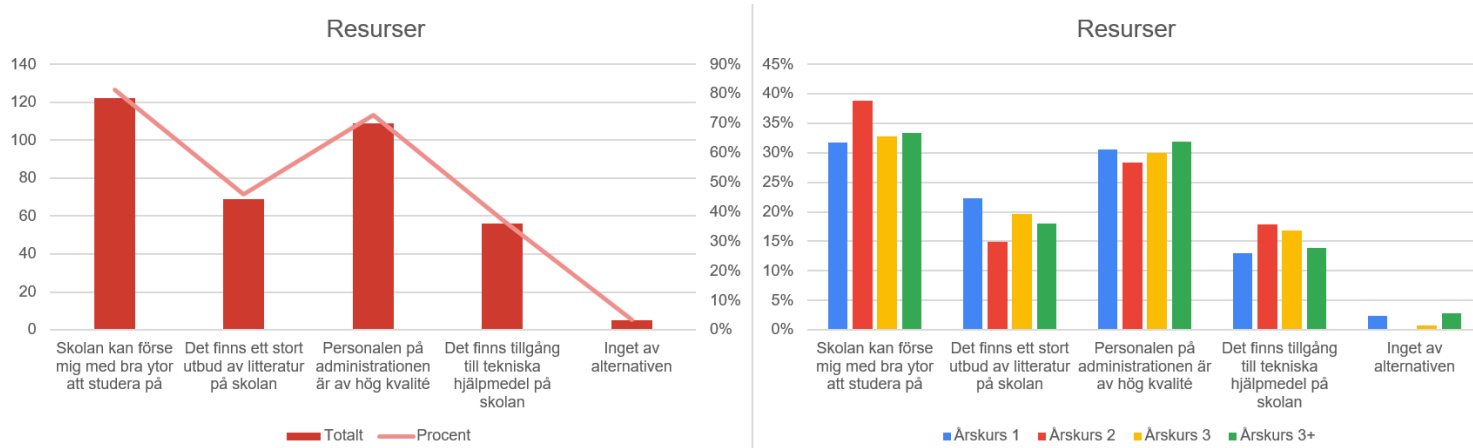
Figur 3

Fördelningen mellan de som läst ett år på skolan och de som läst tre år eller mer var relativt lik, medan det däremot var färre från årskurs två och fler från årskurs tre som besvarade enkäten. I resterande presentationer av resultatet kommer jämförelser att göras mellan årskurser. Då fördelningen inte är jämn innebär det att justeringar måste göras för att visa en korrekt fördelning i svarsfrekvensen. Därmed kommer svaren att visas i antal procent av varje årsgrupp när jämförelser görs mellan årskurserna. Färgerna för var årskurs gäller även i följande frågor.

4.2 Värdeskapande för studenten

4.2.1 Resurser

Följande diagram visar vilka faktorer inom gruppen resurser som studenterna på handelshögskolan anser skapa värde för dem, samt en jämförelse mellan årskurser.

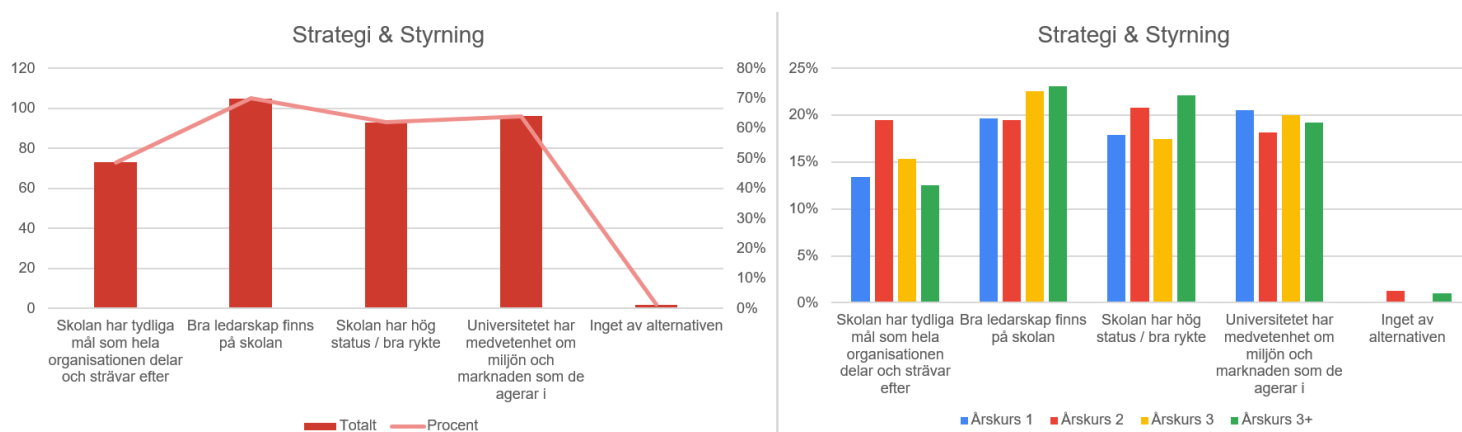


Fråga: Vilka av följande faktorer skapar värde för dig som student? Figur 4, Figur 5

Figur 4 visar att en övervägande majoritet av studenterna anser att utrymmet på skolan samt kvalificerad administrativ personal skapar högt värde för dem. Medan utbud av litteratur och tillgång till tekniska hjälpmedel inte bidrar till lika mycket värdeskapande. När det kommer till skillnaden mellan årskurserna visar figur 5 att studenterna överlag värderar samma faktorer oberoende på hur länge de studerat på skolan. En mindre skillnad som beaktas mellan årskurserna är att fler studenter som läser första året på skolan anser att utbudet av litteratur är viktigt, medan studenter som läst längre på skolan anser att det är mindre viktigt. Motsatsen gäller tekniska hjälpmedel där de som läst ett år värderar detta mindre än de som läst fler år på Handelshögskolan. De benämnda skillnaderna är dock betydligt små. Alla faktorer som ingår i diagrammet är sådana som EQUIS ställer krav på skolan om.

4.2.2 Strategi & Styrning

Följande diagram visar vilka faktorer inom dimensionen strategi och styrning som studenterna på handelshögskolan anser skapa värde för dem, samt en jämförelse mellan årskurser.



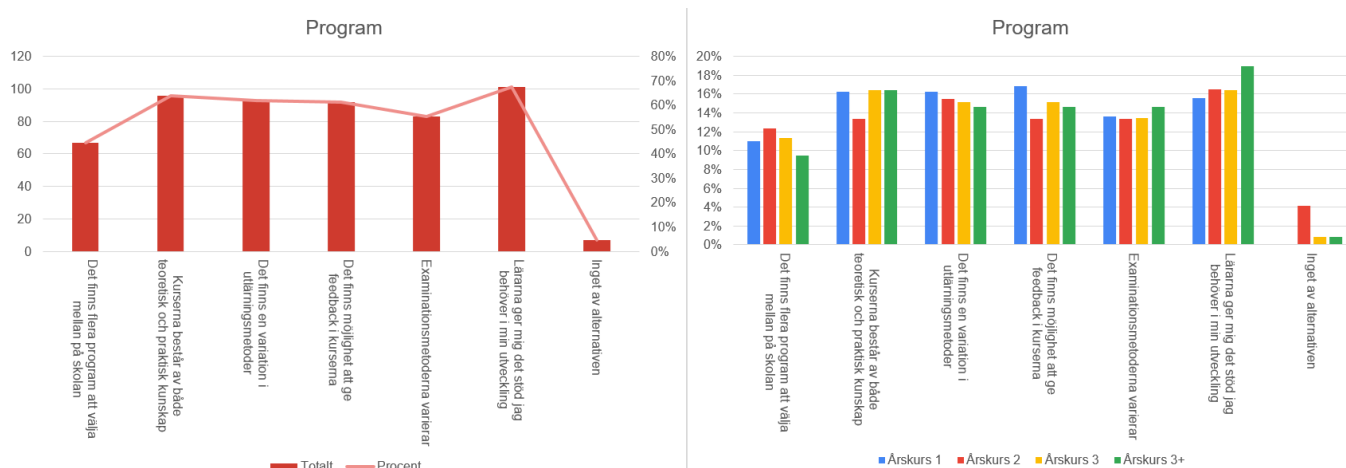
Fråga: Vilka av följande faktorer skapar värde för dig som student? Figur 6, Figur 7

Resultatet från figur 6 visar att majoriteten värdesätter bra ledarskap, skolans rykte samt dess medvetenhet om omgivningen som de agerar i. Däremot är det en minoritet som värdesätter att

skolan har tydlig målsättning i organisationen. Vad gäller skillnaden mellan årskurser visar figur 7 att det inte finns några större skillnader i värdeskapande. Däremot värdesätts det mer under andra året att skolan har tydliga mål och att studenter som läst längre på skolan värdesätter bra ledarskap mer. Alla element i dimensionen värdesattes av majoriteten av studenterna.

4.2.3 Program

Här presenteras resultat på vad som värdesätts hos studenterna relaterat till dimensionen program samt skillnaden mellan årskurser.

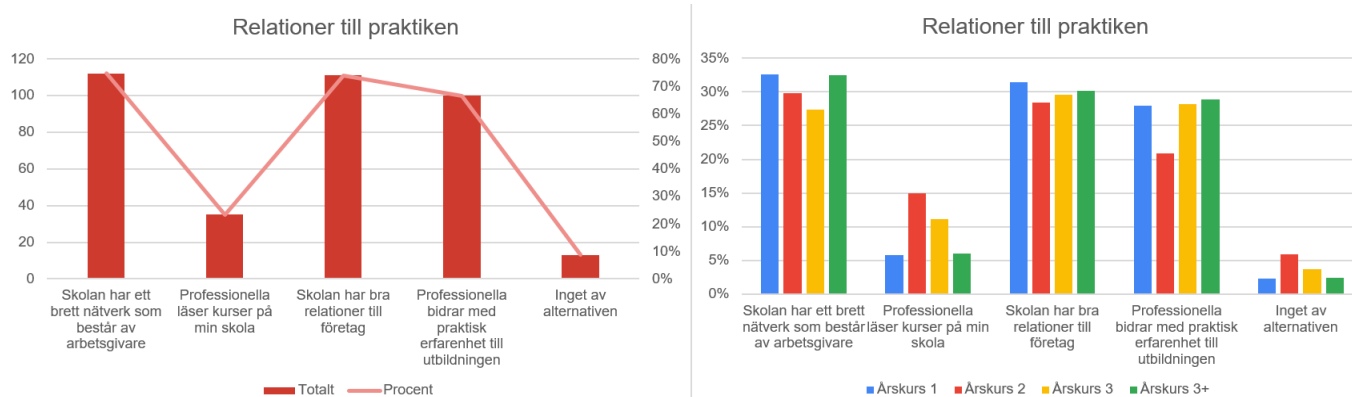


Fråga: Vilka av följande faktorer skapar värde för dig som student? Figur 8, Figur 9

Figur 8 visar att lärarnas stöd i utveckling värdesätts av en stor majoritet studenter, närmre sagt 70 %. Minst värdeskapande för studenterna är variationen i program att välja mellan på skolan. Resterande faktorer värdesätts lika mycket av studenterna. Figur 9 visar att ju längre de studerat på skolan desto mindre värdesätts variationen i utlärningsmetoder samt desto mer värdesätts lärarnas stöd i studenternas utveckling. Feedback värderas dessutom högre av studenter på första året. Skillnaderna är dock inte stora, allt värdesätts relativt likt bland årskurserna.

4.2.4 Relationer till praktiken

I följande avsnitt presenteras resultat från området relationer till praktiken, där ingår nätverk och professionellas roll på skolan. Vidare görs jämförelser mellan årskurser.

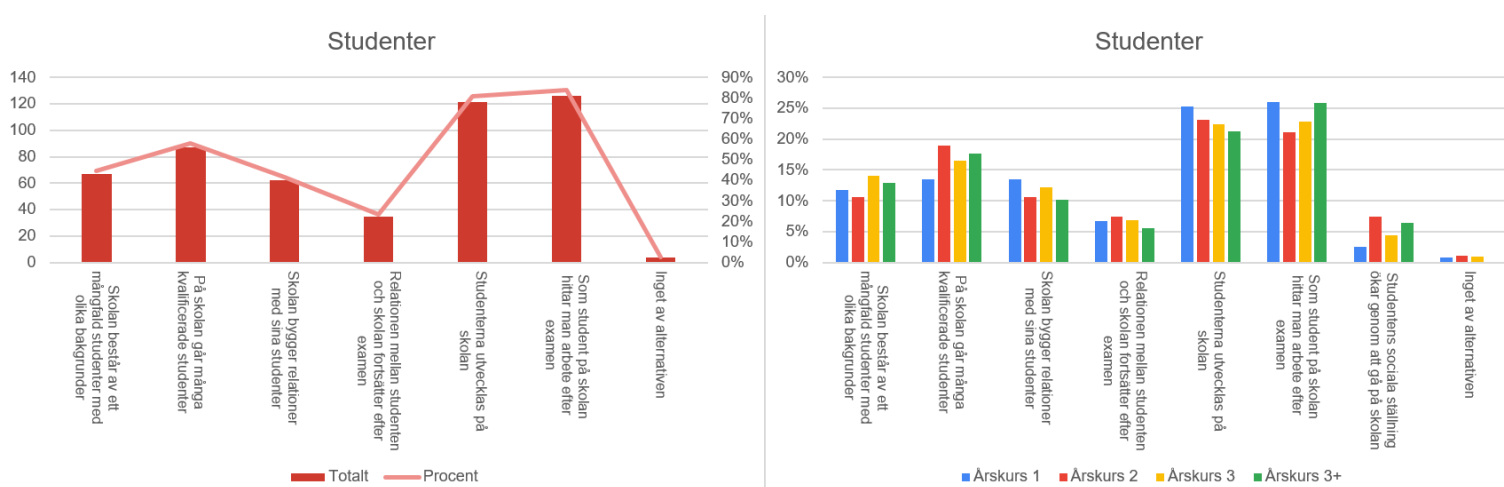


Fråga: Vilka av följande faktorer skapar värde för dig som student? Figur 10, Figur 11

Resultatet visar att skolans nätverk och kontakter till praktiken värdesätts högt bland studenterna, oberoende på vilket år som studenten läser på. Faktumet att professionella läser kurser på högskolan verkar inte spela någon roll, men vad dem bidrar med värdesätts av 70 % av studenterna. Alltså deras praktiska erfarenheter. Resultatet pekar på att praktisk input i utbildningen är något som skapar stort värde för studenter. Enligt figur 11 framstår att professionella läser på samma skola som studenten verkar skapa större värde när studenten läst två år på högskolan, men värdet avtar igen ju längre personen läser på skolan. Överlag finns det enbart några mindre skillnader mellan årskurserna och inga som visar på ett större mönster.

4.2.5 Studenter

Avsnittet visar resultatet som tillkom i frågan om vad som skapar värde inom dimensionen studenter samt skillnader mellan årskurser.

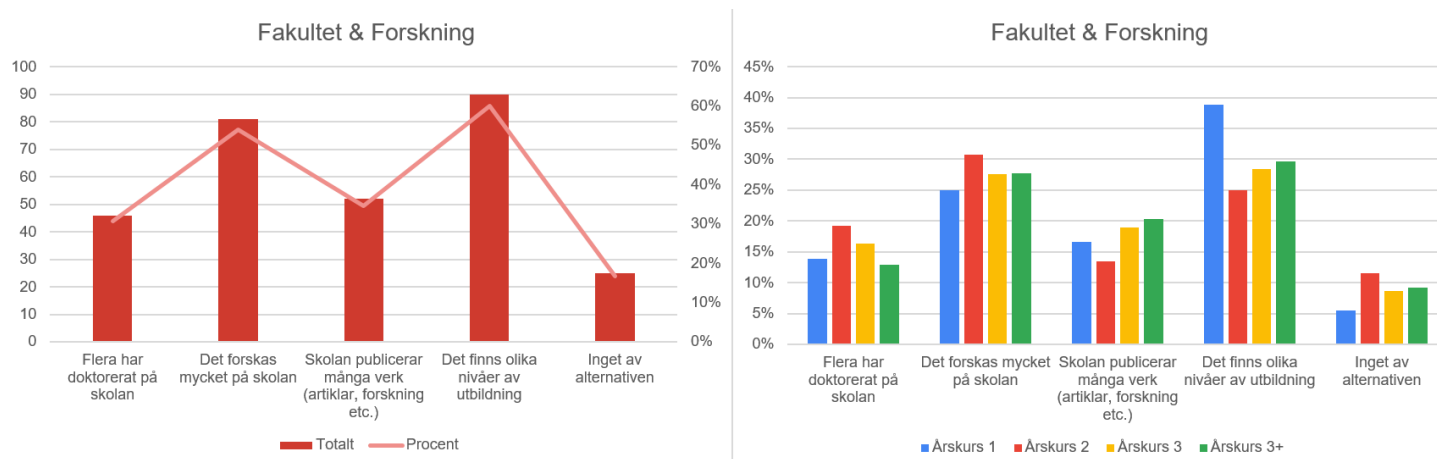


Fråga: Vilka av följande faktorer skapar värde för dig som student? Figur 12, Figur 13

Alternativet som värderades högst inom kategorin var att studenternas chanser till arbete ökar genom att gå på skolan. Något som figur 13 visar värderas mer första året på skolan för att avta andra året och sedan värderas högre ju längre studenten läser på skolan. Det andra elementet som flest ansåg vara värdeskapande var studentens personliga utveckling på skolan, något som figur 13 visar dock avtog i värdeskapande ju längre studenten läst på högskolan. Annat som majoriteten värdesatte var att medstudenterna är kvalificerade, däremot spelade det inte roll för många att skolan bestod av en mångfald studenter. Något som värdesattes av mindre än majoriteten var skolans relation till studenten och ännu lägre var relationen mellan skolan och studenten efter examen.

4.2.6 Fakultet & Forskning

Här presenteras resultat inom fakultet och forskning som studenter på Handelshögskolan anser skapa värde för dem samt en jämförelse mellan årskurser.

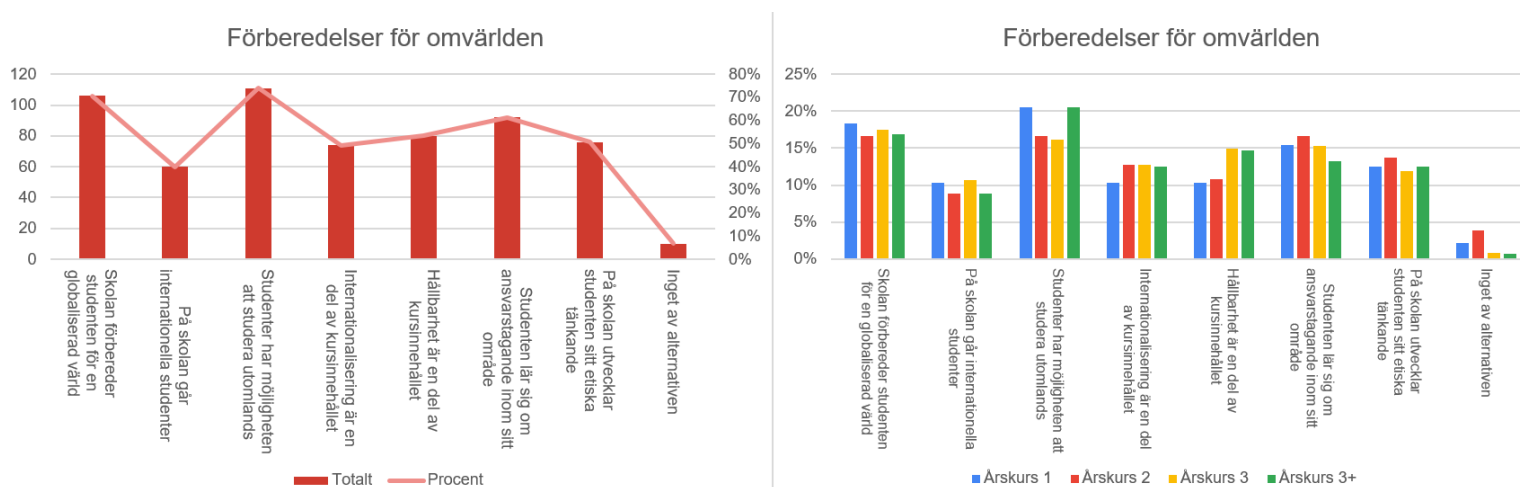


Fråga: Vilka av följande faktorer skapar värde för dig som student? **Figur 15, Figur 16**

Stapeldiagrammet till vänster visar på att en majoritet ansåg att högskolans utbud av olika nivåer på utbildning är viktigt, samt att det forskas mycket på skolan. Resterande faktorer inom området var lågt värdesatta av studenterna och fler ansåg att inget av alternativen skapade värde jämfört med andra presenterade dimensioner. Överlag visar resultatet att denna kategori värdesätts mindre än andra dimensioner. Skillnader mellan årskurser var att utbudet av olika nivåer av utbildning värdesattes mer av dem som studerat ett år på skolan än dem som studerat längre, men även att värdet börjar stiga igen efter andra året på skolan.

4.2.7 Förberedelser för omvärlden

Följande diagram visar vilka faktorer som studenter på Handelshögskolan värdesätter inom dimensionerna förberedelser för omvärlden. Här inkluderas internationalisering, etik, ansvar och hållbarhet. Vidare görs även en jämförelse mellan årskurser.



Fråga: Vilka av följande faktorer skapar värde för dig som student? **Figur 17, Figur 18**

Figur 17 visar att en större majoritet av respondenterna anser att det finns värde i att skolan förbereder studenter för en globaliserad värld och i möjligheten att studera utomlands. De flesta faktorer ansåg cirka hälften eller färre av respondenterna skapar värde. Den faktor som ansågs skapa minst värde var att internationella studenter läser på skolan. Faktorerna värdesätts ungefär lika högt av alla årskurser, dock verkar studenter första året och på senare år värdesätta studier utomlands mer än andra. Skillnaderna är däremot inte signifikanta.

4.2.8 Övrigt

Respondenterna fick även i sista delen av enkäten lägga till övriga faktorer som de anser skapar värde i utbildning på en handelshögskola. Där var det 29 respondenter som bidrog med egna kommentarer. Många ansåg att praktiska inslag i kursinnehållet skapar stort värde och att fler möjligheter till att använda sig av praktiska metoder bör tillkomma i utläringen. Vidare var det flera studenter som såg högt värde i föreningslivet på skolan så som att exempelvis ha en kår förening och även att få möjlighet att knyta kontakter till arbetslivet, ”En levande studentkår med aktiva föreningar och många evenemang. Man behöver praktisk och akademisk kunskap, men även ett nätverk vilket man kan få genom studentkårsverksamhet. Jag skulle säga att även alumniorganisationer och alumnnätverken har sin grund i studentkåren.”.

4.2.9 ANOVA-test skillnaden mellan dimensionerna

I utförandet av ANOVA testades hypotesen för om det fanns signifikanta skillnader i värdeskapande mellan de dimensioner som ingick i studien. Beroende variabeln är *värde* och de oberoende variablerna vars bidrag till värdeskapande testas är EQUIS *dimensionerna*.

H_0 : *Det finns ingen signifikant skillnad i värdeskapande mellan EQUIS ramverkets olika dimensioner*

H_A : *Åtminstone en av dimensionerna skiljer sig åt signifikant i värdeskapande*

ANOVA sammanfattning och tabell

Grupper	Antal	Summa	Medelvärde	Varians
Resurser	4	361	90,25	1028,916667
Strategi & Styrning	4	369	92,25	1416,916667
Program	4	539	134,75	3048,916667
Relationer till praktiken	4	371	92,75	862,916667
Studenter	4	529	132,25	2505,583333
Fakultet & Forskning	4	294	73,5	883,666667
Förberedelser för omvärlden	4	609	152,25	3300,25

Figur 19

Variationsursprung	KvS	fg	MKv	F	p-värde	F-krit
Mellan grupper	20908,21	6	3484,702381	1,869595	0,1338478	2,572712
Inom grupper	39141,5	21	1863,880952			
Totalt	60049,71	27				

Figur 20

Testet utfördes med ett 95 % konfidensintervall vilket innebär att för att acceptera nollhypotesen krävs ett p-värde som är större än 0,05. Ytterligare krävs ett F värde som är mindre än det F-kritiska värdet (Jaggia & Kelly, 2016). ANOVA-testet visade ett p-värde på cirka 0,134 vilket är större än 0,05, samt ett F värde på cirka 1,87 som understiger det kritiska värdet på 2,57. Det innebär att nollhypotesen accepteras och att det med 95 % säkerhet inte finns några signifikanta skillnader mellan värdesättning av dimensionerna.

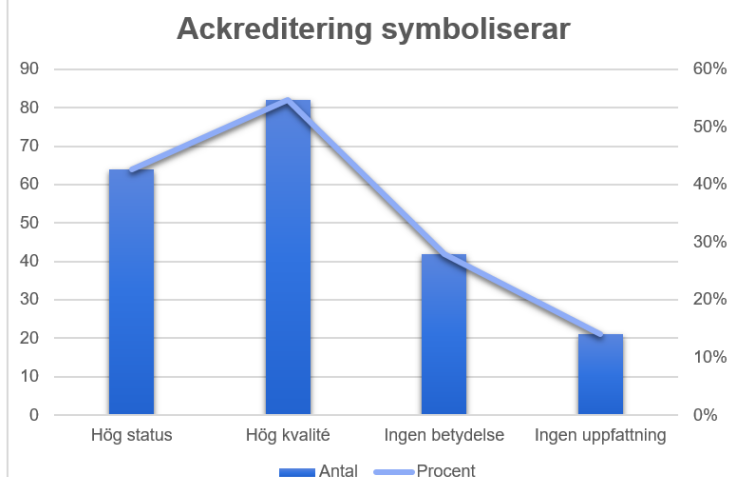
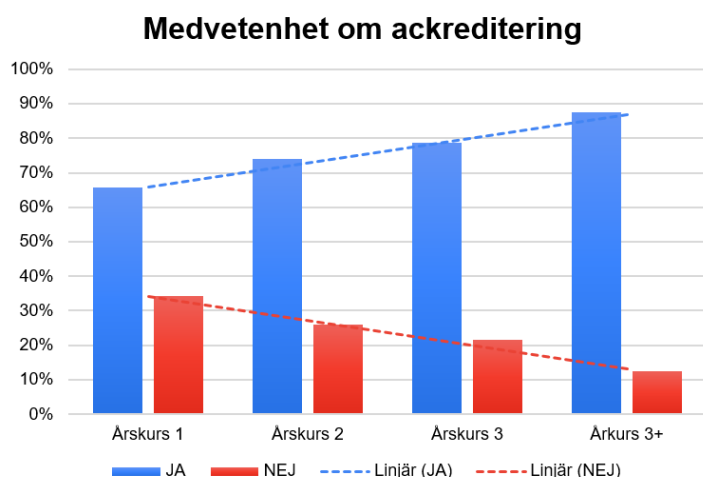
Trots att testet visat att skillnaderna inte är signifikanta mellan grupperna så ser vi i sammanfattningstabellen att några skillnader uppstår mellan medelvärdena som vi kan säga någonting om (Jaggia & Kelly, 2016). Av alla dimensioner visar fakultet och forskning på det minsta medelvärdet, vilket tyder på att elementen inom området skapar minst värde för studenterna i jämförelse med de andra. Resurser, strategi och styrning samt relationer till praktiken ligger relativt likt på nivå av värdesättning. De dimensioner som enligt ANOVA-testet presterar bäst är förberedelser för omvärlden, studenter och program. Resultaten kommer vidare att analyseras och diskuteras i diskussionen.

4.3 Upplevelsen av ackreditering

I följande avsnitt presenteras resultat på studenternas upplevelse av ackreditering, bland annat deras medvetenhet om ackreditering, vad de anser att det symboliserar och leder till samt dess betydelsefullhet för studenten.

4.3.1 Medvetenhet och innebörd

Studenterna blev tillfrågade om de visste vad ackreditering är och vad de anser att ackreditering symboliserar för en skola. Överlag var medvetenheten om ackreditering cirka 77 %.



Fråga: Är du medveten om vad ackreditering är? **Fråga:** Vad symboliserar ackreditering enligt dig?

Figur 21, Figur 22

Resultatet visade att majoriteten visste vad ackreditering är. Det visade även på att ju längre studenterna läst på skolan desto större medvetenhet hade dem om ackreditering och vice versa.

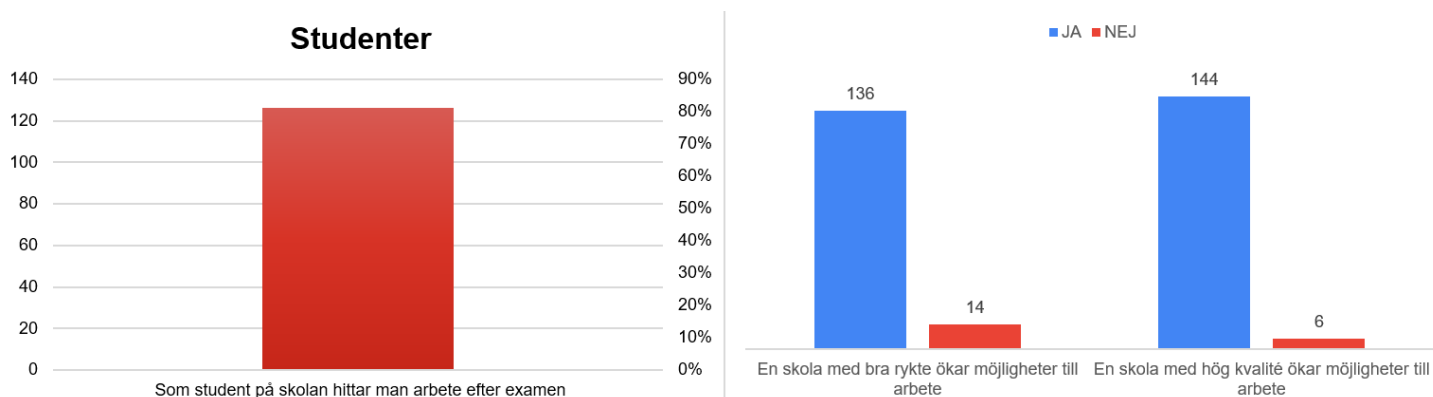
Figur 20 visar att studenterna ansåg att ackreditering symboliserar främst hög kvalitet, men även till viss del hög status. Cirka 30 % ansåg att ackreditering inte hade någon betydelse överhuvudtaget. Studenterna hade möjlighet att lägga till övriga kommentarer. Flertal studenter påpekade i sina svar att trots dess symbolisering av kvalitet så innebär det inte nödvändigtvis att skolan i sig har hög kvalitet. Många menade även på att skolan istället fokuserade för mycket på ackreditering istället för att uppnå verklig kvalitet på utbildningen, ”/.../ skolan lägger tid på att få ackrediteringar snarare än att lägga ner på viktiga saker. Exempelvis göra så att utbildningen är relevant för arbetslivet.”. Därmed introduceras följande diagram som mäter studenternas nöjdhet med skolans kvalitet.



Figur 23

Diagrammet visar att majoriteten av studenterna befinner sig på den högra sidan av skalan, vilket innebär att de flesta har en positiv inställning till kvalitén på skolan. Snarare sagt till åtminstone de faktorer som studenterna i tidigare frågor ansåg skapar värde för dem.

Vidare presenteras vad studenterna anser att en skola med bra rykte och hög kvalitet leder till, för att förstå vilket värde de skapar för studenterna. Mot dessa ställs därmed arbete efter examen, som var en av de få faktorer som värdesattes av över 80 %. Diagrammen introduceras med tanke på att en majoritet studenter ansåg att ackreditering symboliserar status och kvalitet.



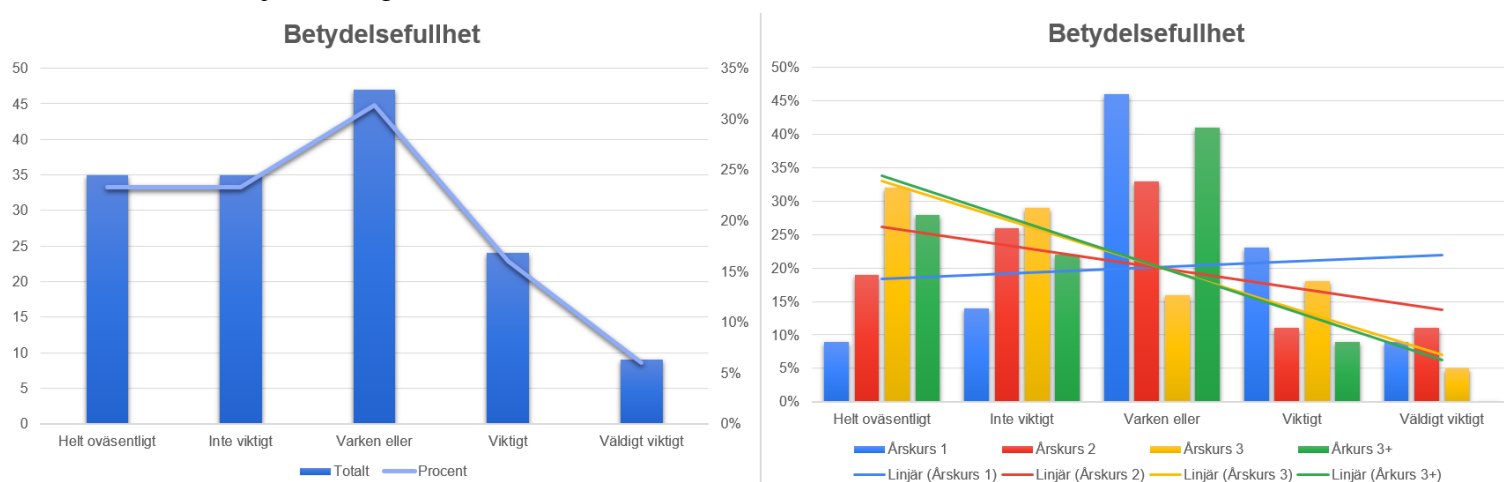
Fråga: Vilka av följande faktorer skapar värde för dig? **Fråga:** Anser du att följande påståenden stämmer?

Figur 24, Figur 25

Figur 24 visar att studenter värdesätter arbete efter examen högt och är en av de få faktorer som över 80 % ansåg skapar värde. Figur 25 visar att nästan alla studenter anser att en skola med bra rykte och hög kvalitet förbättrar deras möjligheter till arbete efter examen.

4.3.2 Betydelsefullhet

I enkätundersökningen blev studenterna även tillfrågade om ackrediterings betydelsefullhet för dem, följande diagram visar resultatet och skillnaden mellan årskurser.

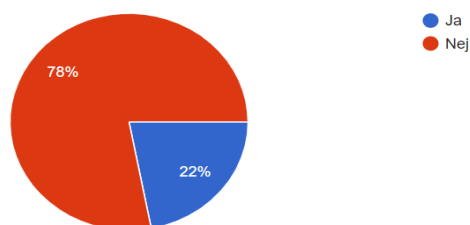


Fråga: Hur betydelsefull är ackreditering för dig? Figur 26, Figur 27

Resultatet visar att majoriteten av studenterna inte beaktar ackreditering som betydelsefull, något som figur 26 visar på. Vidare visar trendlinjerna i figur 27 att ju längre en student gått på Handelshögskolan desto mindre viktig anser de att ackreditering är. Detta kan vi se genom att observera lutningen från blå linje som symboliserar årskurs ett, till grön linje som symboliserar tre år eller mer på skolan. För varje årskurs lutar linjen brantare mot *valdigt viktigt* och ökar vid *helt oväsentligt*, vilket alltså innebär att betydelsefullheten minskar med åren.

Även följande diagram visar på ackrediterings vikt, innan studenten börjat läsa på skolan.

Spelade Handelshögskolans ackrediteringar in i ditt val av universitet?
150 svar



Figur 28

Figuren visar att ackreditering hade en obetydlig roll vid val av högskola för den större delen av respondenterna. Ackreditering spelade enbart in i val av skola för 33 av 150 respondenter, något som anses vara en relativt liten andel.

5. Diskussion

Kapitlet grundas i en diskussion kring det empiriska materialet och den teoretiska bakgrunden. Inledningsvis diskuteras och analyseras de dimensioner och faktorer som skapar värde för studenterna, till största del relaterat till avsnitt 4.2 i resultatet. Resterande diskussion bygger på studenternas uppfattning av ackreditering, som i resultatet introducerades i avsnitt 4.3.

5.1 Värdeskapande för studenten på Handelshögskolan

För att besvara frågeställningen om ackreditering bidrar med värdeskapande för studenterna på en handelshögskola, testades de tio dimensionerna som EQUIS ställer krav på för kvalitet (EFMD, 2019). I studien delades de tio dimensionerna in i sju grupper som i undersökningen har benämnts som *resurser, strategi & styrning, program, relationer till praktiken, fakultet & forskning* samt *förberedelser för omvärlden*. Syftet var att förstå om ackreditering är värdeskapande för studenter på handelshögskolor, då meningen med systemet är att bidra med kvalitetsförbättring för skolorna. Kvalité är däremot något som kunden bestämmer (Koslowski, 2006) och kvalitet baseras på det värde som aktiviteterna i företaget bidrar med för kunden (Graf & Maas, 2008). Värdeskapandet av ackreditering för studenterna blir på så vis betydande. Resultatet visade på om de olika dimensionerna bidrog med värde för studenterna, samt vilka som var mer eller mindre betydelsefulla.

5.1.1 Dimensionernas mest påtagliga faktorer

Inom gruppen resurser testades fyra faktorer för värdeskapande. Faktorerna var skolans ytor, litteratur, tekniska hjälpmedel samt kvalitet på administrativ personal. Resultatet visade att skolans möjlighet till att förse studenterna med bra ytor att studera på värderades högt. Nämligen över 80 % av respondenterna ansåg att detta bidrar med värde. Likt Mårtensson och Richtnérs studie (2015) där det också visade sig att studenter överlag värdesätter skolans kvalitet på utrymmen. Över 70 % värderade även en bra administrativ personal, alltså sådan personal som understödjer allt annat som inte har med själva kursinnehållet att göra. Det också är en stor del av vad en skola erbjuder och sådant som även Hill et al. (2003) påpekar skapar värde för kunder. Däremot visade det sig att utbudet på litteratur och tekniska hjälpmedel inte skapar något större värde för studenterna på Handelshögskolan. Dessa är sådana faktorer som även Koslowski (2006) menar inte är värdeskapande för studenter då de inte bidrar med något djupare och mer meningsfullt värde. Dock gäller samma princip enligt Koslowski (2006) för ytor att studera på, men tvärtom visade studien att detta istället skapar högt värde för studenterna på Handelshögskolan.

Några andra faktorer som enligt de teoretiska referensramarna inte bör bidra med värde för studenterna (Koslowski, 2006), men som i verkligheten visade sig göra det, är att skolan har olika nivåer av utbildning samt att det forskas mycket på skolan. Majoriteten av studenterna på Handelshögskolan ansåg att det är värdefullt med olika nivåer på utbildning. De som dock mest ansåg den faktorn vara viktig var studenter från första året. Studenter som studerat längre på

skolan ansåg det inte vara lika viktigt. Det kan vara så att man som student på första året planerar att studera alla nivåer på en och samma skola, men att på senare år inser att det inte är en nödvändighet, eller att de vill studera vidare på annat universitet. Vilket därmed leder till att det på senare år inte spelar lika stor roll att fler nivåer finns på just den institutionen.

Sådant som inom dimensionerna förväntades skapa störst värde, visade sig däremot vara betydligt mindre värdefulla för studenterna på Handelshögskolan. Hill et al. (2003) menade att relationen till företaget är något som skapar värde för studenterna, även Vandermerwe (1993) menar att företagets involvering i processen är viktig för kunden. Resultatet visade dock att relationen mellan skolan och studenten var bland de element som studenterna värdesatte lägst. Ännu mindre ansåg att relationen efter examen var viktig, vilket enligt Vandermerwe (1993) egentligen borde vara värdeskapande. Däremot var det av värde för en övervägande majoritet att lärarna var involverade i studenternas utveckling, något som enligt Hill et al. (2003) är förväntat att skapa värde. Ur ett perspektiv innebär det att det finns någon typ av etablerad relation mellan lärare och studenter för att de ska kunna bidra med sitt stöd. Det tyder på att relationen mellan student och lärare inte är helt oväsentlig, utan skapar ett värde för studenten. Relationen till kunden var även något som Graaf och Maas (2008) ansåg vara ytterst värdeskapande, i studiens fall var det dock enbart lärarnas relation till studenten som ansågs vara av vikt, medan relationen till skolan inte var lika betydande.

Vandermerwe (1993) antydde att det är värdeskapande för kunderna att företaget tar del i processen både innan, under och efter interaktionen med företaget. Något som hon menade var essentiellt för kunderna *under* processen var att skifta makten till kunden, exempelvis genom att låta de ge feedback om produkten. Att kunna ge feedback i kurserna är en av EQUIS krav på skolorna och en faktor som över 60 % av studenterna ansåg vara värdefullt. Däremot var det fler från första året på skolan som såg värde i detta än de studenter som gått längre på skolan. Vad detta kan bero på är enbart en interpretation. En möjlig tolkning är att resultatet tyder på att feedback i kurser inte har någon verklig påverkan och inte skiftar makten till studenterna så mycket som det förmodas. Något som studenterna inser ju längre de studerar.

5.1.2 Störst värdeskapande

De faktorer som skapade mest värde för studenterna var dels skolans ytor och en bra administrativ personal, bra ledarskap på skolan och lärarnas stöd i studenternas utveckling. Vidare att det finns en blandning av teoretisk och praktisk kunskap i kurserna, ett brett nätverk och relationer till arbetsgivare. Att studenterna utvecklas på skolan samt hittar arbete efter examen värdesattes också högt. Slutligen, studenternas förberedelse för en globaliserad värld och möjlighet till utlandsstudier. Alla är sådana faktorer som kan anses skapa större mening för studenterna och kopplas till det som studenter får ut som resultat av utbildningen (Koslowski, 2006).

Att studenter hittar arbete efter examen är en sådan faktor som förväntades skapa högt värde. Arbete efter examen är ett sådant element som kan anses vara det resultat som studenten får ut av utbildningen, vilket är det som kunden enligt Graaf och Maas (2008) värdesätter mest. Graaf

och Maas (2008) menar även att värdeskapande är relaterat till risken som kunden får ta genom att välja den specifika organisationen. Om resultatet som studenten får ut av skolan är *arbete efter examen*, är det även den produkt som kunden riskerar genom att välja just Handelshögskolan. Det är i det resonemanget rimligt att över 80 % av studenterna ansåg att resultatet, alltså arbete efter examen, är värdeskapande. Det är däremot intressant att hela 20 % av studenterna inte ansåg att arbete efter examen var av lika stor vikt. Genom att analysera resultatet är det märkbart att de som mest anser detta vara viktigt är studenter på första året och studenter som läst fler än tre år. Det kan bero på att studenter som precis börjat studera är målmedvetna i det tidiga stadiet eftersom de precis gjort valet att läsa på högskola. Då är det intressant som student att veta vad ens val ska resultera i. Studenter som studerat längre på skolan ska troligtvis ut på arbetsmarknaden inom kort tid, vilket gör den mer relevant för dem. De som läst två till tre år kanske funderar på att stanna kvar i den akademiska världen ett tag till och läsa master eller liknande, vilket därmed kan leda till att de inte är lika fokuserade på arbetsmarknaden i det skedet.

Vidare visade sig praktisk erfarenhet och kompetensförvärv vara viktigt, faktorerna var sådant som fler studenter skrev övriga kommentarer om, vilket ytterligare tyder på dess vikt. Eftersom praktiska inslag är en slags förberedelse inför arbetslivet är det på så vis även rimligt att dessa spelar stor roll för studenterna då de har en direkt förbindelse till resultatet.

Det är även rimligt att studenterna vill att skolan ska förbereda dem inför en globaliserad värld, eftersom det är den arbetsmarknaden som de kommer att befinna sig på (Lejeune, 2011). Om studenter söker sig till saker med större mening (Hill et al., 2003; Koslowski, 2006) är det då förväntat att de även vill uppleva livet i andra länder genom exempelvis utlandsstudier. För att vidare lära sig om hur det globala samhället fungerar och därmed själva kunna ta del av det på ett hållbart och ansvarstagande sätt. Något som dessutom leder till att de får möjlighet att utvecklas personligen, vilket också är en annan faktor som värdesattes högt av studenterna.

Det värderades även relativt högt att medstudenterna skulle vara kvalificerade. Faktumet kan bero på att en kvalificerad omgivning potentiellt medför att studenterna själva utvecklas mer personligen. Alternativt att de medstudenterna senare även kan formas till ett kvalificerat nätverk. Det spelade dock ingen roll om studenterna bestod av en mångfald med olika bakgrunder, vilket även Mårtensson och Richtnér (2015) visade på i sin studie. Det viktiga var däremot som sagt att medstudenterna är kvalificerade. Men även att de fick chansen att lära känna varandra och bygga ett nätverk. Så som studenterna förklarade det i enkätundersökningen kan detta möjliggöras genom att exempelvis ha en kårforening på skolan, vilket många ansåg att det fanns värde i. Det är dock ingenting som EQUIS ställer krav på skolan om, men eftersom det uppenbarligen är något som skapar värde för studenterna kanske EQUIS i framtiden bör ställa krav kring detta.

Överlag visade det sig att det fanns element inom varje dimension som en övervägande majoritet av studenterna ansåg var värdefulla. Faktorerna värderades i stort sett lika mycket av alla studenter på skolan oavsett årskurs. Vissa aktiviteter skapade större och mindre värde beroende på hur länge studenten läst på skolan. Ju längre en elev studerat på Handelshögskolan

desto mer värdesatte de lärarnas stöd i utvecklingen. Värdeskapandet i att studenterna utvecklas personligen på skolan verkade dock avta, det kan bero på att studenter på senare år även hittar arbete eller andra organisationer som också bidrar till deras personliga utveckling. Hos studenter som inte studerat på skolan lika länge, kan ett större intresse finnas för att vara involverad i skolan hellre än i andra organisationer då de kanske inte blivit lika bekanta med universitetsrutinerna ännu. Ytterligare en intressant skillnad är att studenter som läst färre år på skolan ansåg att variation i utlärningsmetoder är viktigare än de som läst längre på skolan. Faktumet kan potentiellt bero på, som i tidigare resonemang, att studenterna på senare år lägger fokus på även annat än skolan och är inte lika intresserade i vilka metoder som används i klassrummen.

5.1.3 Skillnad i värdeskapande mellan dimensionerna

För att testa hypoteserna som tillkom i forskningmodellen gjordes ett ANOVA-test. Syftet var att påvisa om det fanns dimensioner som i sin helhet skiljde sig åt signifikant i värdeskapande. En metod som även använts i syfte att förstå om någon dimension inte skapade värde för studenterna överhuvudtaget. Resultatet visade att det inte fanns några signifikanta skillnader i värdeskapandet mellan dimensionerna, vilket i sig även indirekt tyder på att alla bidrog med viss värdeskapande för studenterna. Testet visade enbart att det inte fanns signifikanta skillnader, och faktumet innebär att det fortfarande finns en del skillnader som går att se genom medelvärdena i ANOVA tabellen. Dessa är även sådana som blev märkbara i diagrammen.

De ursprungliga resonemangen i forskningmodellen var att vissa dimensioner skulle skapa mer värde än andra. Dessa förmodades vara förberedelser för omvärlden, program, studenter samt relationer till praktiken. Det som medelvärdena i ANOVA analysen visade var att förberedelser för omvärlden, program samt studenter som dimensioner skapade störst värde. Därefter relationer till praktiken, strategi och styrning, samt resurser. Den dimension som skapade minst värde som helhet var fakultet och forskning. Således var det förväntat att förberedelser för omvärlden, program och studenter skulle vara bland de som skapade mest värde. Däremot var det inte förväntat att strategi och styrning skulle hamna på samma nivå av värdeskapande som relationer till praktiken och resurser. Det visade sig istället att studenter på Handelshögskolan såg värde i alla element som tillhörde strategi och styrning. I sin helhet handlade dimensionen om de större organisatoriska perspektiven, hellre än om själva studenten, vilket enligt teorin inte bör vara så pass värdeskapande för en kund (Watson, 2002; Koslowski, 2006).

Det var däremot förväntat att fakultet och forskning inte skulle vara lika väsentligt för studenterna. Ett resultat som även Mårtensson och Richtnér (2015) samt Khayati och Ariail (2020) visade på i sina studier om vad studenter överlag värdesätter. Här ingick bland annat hur stort antal verk skolan har publicerat och hur många som doktorerat på institutionen. Koslowski (2006) menade specifikt att antalet verk som skolan publicerar och hur stort antal studenter som skolan producerar, inte skapar något värde för en student eftersom det inte gör en meningsfull skillnad. Vilket i detta fall kan vara den faktor som låg bakom faktumet att de faktorerna skapade betydligt lite värde för studenterna, dessutom att hela kategorin i sig skapade mindre värde än de andra.

5.2 Studenternas uppfattning av ackreditering

I undersökningen fick studenterna därutöver besvara om de var medvetna om vad ackreditering är, vad de anser att det symboliserar och hur betydelsefull ackreditering är för dem. Resultatet visade att cirka 80 % av studenterna visste innebörden av ackreditering. När de fick frågan om vad de ansåg att ackreditering symboliserar ansåg majoriteten att det visade på en skola med hög kvalitet, och cirka 45 % att det visade på ett bra rykte. Skolans rykte var något som majoriteten av studenterna ansåg vara värdeskapande, något som däremot främst Khayati och Ariail (2020) och Koslowski (2006) menade inte bör skapa stort värde för studenterna. På Handelshögskolan verkade det resonemanget inte stämma, utan istället ansåg över 60 % att det är av vikt. Dock var det inte en majoritet som ansåg att just ackreditering symboliserar rykte, vilket till följd av ryktets vikt för studenten till viss grad ifrågasätter ackrediteringens värde.

Studenterna ansåg att ett bra rykte på skolan leder till bättre möjlighet för anställning efter examen, vilket var en av de faktorer som värdesattes högst av studenterna. Nguyen (2017) tydde på att skolans goda rykte leder till bättre chanser för anställning, vilket i detta fall visade sig att även studenterna på Handelshögskolan ansåg stämma. Det visar att skolans status har ett bakomliggande värde för studenterna och är mer än enbart något ytligt, som däremot framförallt Koslowski (2006) menar att det är. Hög status på skolan innebär alltså mer än bara något symboliskt för studenterna, men att studenterna tycker *ackreditering* innebär hög status är inte lika övertygande. Något som enligt Alajoutsijärvi et al. (2018) inte bör vara fallet då ackreditering enligt dem huvudsakligen är något som bidrar med bra rykte för skolan. Att ackreditering i detta fall troligen inte har så pass stor påverkan på ryktet, kan vi även se från resultatet som visade att ackreditering enbart spelade in i val av skola för 33 av 150 respondenter. Resultatet kan emellertid även bero på att studenter värdesätter annat i utbildningen mer än skolans rykte och väljer skola på andra basis.

Ett större antal studenter ansåg att ackreditering innebar hög kvalitet, vilket i sig även var fler i jämförelse med skolans rykte som ansåg att det leder till arbete efter examen. Studenterna poängterade att bara för att det symboliserar kvalitet innebär det dock inte att skolan faktiskt har hög kvalitet, utan att fokus ibland tenderar att hamna på symbolisering utåt hellre än på studenterna och förbättring. På samma vis som Alajoutsijärvi et al. (2018) menade i deras resonemang om ackrediteringars innebörd och påverkan. I och med det blev studenterna även tillfrågade om de ansåg att de saker som de värdesätter i utbildningen har hög kvalitet på skolan. Resultatet visade att majoriteten ansåg att skolan hade relativt hög kvalitet. Det visar å ena sidan på att ackreditering inte har en negativ inverkan på skolans kvalitet, men det kan inte dras några slutsatser om huruvida ackreditering har orsakat den goda kvaliteten. För att kunna dra den slutsatsen hade det krävts att studien utförts innan universitetet blev ackrediterat, för att sedan jämföra med efter ackreditering. Däremot var alla frågor i enkätstudien relaterade till EQUIS krav på skolan, vilket även är de faktorer som studenterna uppskattade kvalitén på i enkätfrågan om nöjdheten. Detta kan ha en indirekt betydelse att ackreditering faktiskt bidrar med kvalitet till skolan. Kvalité har en positiv relation till värdeskapandet för kunden (Graf & Maas, 2008)

vilket innebär att kvalitén på skolan då bör öka genom att utföra de aktiviteter som studenterna värdesätter. Något som skolan i verkligheten alltså gör eftersom de är ackrediterade.

Resultatet visade även att medvetenheten om ackreditering ökade ju längre studenten gått på skolan, men att ackrediteringarnas betydelse istället minskade med åren. Ur ett perspektiv visar faktumet på att studenterna möjligen inte är medvetna om vad ackreditering egentligen är och vad det bidrar med till skolan. Detta då studenterna faktiskt värdesatte alla områden som EQUIS påverkar på skolan och ansåg dessutom att dessa har god kvalitet. Om EQUIS indirekt bidrar med god kvalitet på skolan så bör ackreditering därmed vara värdeskapande eftersom 96 % av studenterna anser att hög kvalitet på skolan bidrar med värde. Det är emellertid som sagt en utmaning att i detta fall konstatera ackrediterings direkta påverkan på kvalitén. Ur ett annat perspektiv kan faktumet att betydelsefullheten minskar innebära att studenterna med åren inser att ackreditering inte har någon verklig påverkan på deras utbildning. Men då studenterna inte gått på skolan innan de blivit ackrediterade kan de inte ha stor kunskap om huruvida ackrediteringen har en påverkan eller inte. Det kan ske att studenterna som sagt inte riktigt förstår innebörden av ackreditering och ackrediteringsarbetet, vilket gör att de inte riktigt är *medvetna* om dem även fast medvetenheten kring symbolen tycks öka. Resultatet pekar i sin korthet på att studenterna inte har en positiv inställning till ackreditering som symbol. Till skillnad från studien som gjordes i Kina, där de däremot tvärtom var väl medvetna om vad ackreditering bidrar med eftersom studenterna hade tagit del av skolan både innan och efter ackreditering (Xinqi et al., 2018).

Att betydelsefullheten minskar med åren kan bero på att studenterna inser att själva symbolen i sig inte är värdeskapande, som även tidigare forskning (Khayati & Ariail, 2020; Mårtensson & Richtnér, 2015) samt teori (Hill et al., 2003; Koslowski, 2006) visar på. Att enbart 33 av respondenterna svarade att ackreditering spelade roll i deras val av skola kan även visa på dess betydelsefullhet innan studenten börjat studera. Något som emellertid kan bero på att studenten inte hade medvetenhet om ackreditering innan start. Studenterna kan ha skapat en felaktig bild av ackreditering och anser att det enbart är något symboliskt, istället för att inse att ackreditering faktiskt bidrar med mycket som studenterna i undersökningen ansåg vara värdefullt.

6. Slutsatser

I följande kapitel presenteras studiens slutsatser samt bidrag och implikationer. Avslutningsvis konstateras de begränsningar som förekommit och förslag till fortsatt forskning inom ämnet.

6.1 Slutsats

Studiens syfte var att skapa förståelse för ackrediteringars värdeskapande för studenter på en handelshögskola. En fråga som i grund och botten handlar om hur pass värdefull en aktivitet som ett företag utför är för kunden. Något som är essentiellt att begripa för företagets framgång då kunden som sagt är den mest centrala aktören i organisationen och den aktör som fastställer

företagets kvalité (Watson, 2002; Koslowski, 2006; Romer, 1986). Ett resonemang som även gäller för studerande på universitet (Parsiseau & McDaniel, 1997). I den teoretiska bakgrunden konstaterades det att kvalité och värdeskapande för kund har en positiv korrelation (Graaf & Maas, 2008). Om ackrediteringars grundliga syfte är att förbättra kvalité på handelshögskolor är det alltså väsentligt att förstå hur studenterna upplever dess värdeskapande.

Undersökningen visade att symbolen ackreditering inte hade ett större värde för studenterna utan att ju större medvetenheten om ackreditering var, desto mindre blev dess betydelsefullhet. Symbolens irrelevans visade sig även i tidigare forskning, bland annat Khayati och Ariails studie (2020). Det visade sig dock att de bakomliggande faktorerna till symboliseringen är av vikt, så som att en ackrediterad skola ökar möjligheterna för sina studenter att bli anställda, vilket även Nguyen (2017) menade att ackreditering gör. Denna faktor visade sig skapa bland det största värdet för studenterna, likt vad Koslowski (2006) och Graf och Maas (2008) menade med att *resultatet* skapar störst värde för en kund. Det är därutöver något som EQUIS ställer krav på skolorna att hjälpa sina studenter med genom att bland annat möjliggöra interaktionen med företag (EFMD, 2019). Vidare visade det sig att alla dimensioner inom EQUIS ramverket skapade värde för studenterna på Handelshögskolan som ingick i studien. Ett antal element var viktigare än andra och vissa dimensioner värdesattes i sin helhet mer än andra. Skillnaderna var däremot inte signifikanta och påverkande inte faktumet att alla dimensioner på ett eller annat sätt var värdeskapande för studenterna. Ett par få faktorer skiljde sig åt i värdeskapande bland årskurser, men i sin helhet värdesatte alla studenterna samma saker.

I relation till tidigare forskning kring värdeskapande i utbildning visade det sig att studenter på Handelshögskolan värdesätter lite annorlunda saker i jämförelse med andra universitet. På Handelshögskolan var bland annat skolans rykte värdeskapande, vilket inte var betydande för studenter på andra universitet (Mårtensson & Richtné, 2015; Khayati & Ariail, 2020). Även forskning visade sig vara viktigt, vilket skiljer sig åt andra studier (Khayati & Ariail, 2020) och teoretisk bakgrund (Koslowski, 2006). Studenterna verkade däremot inte se stort värde i att bygga en relation till skolan, vilket den teoretiska bakgrunden däremot ansåg ha en väsentlig roll i värdeskapandet för kund (Graf & Maas, 2008; Hill et al. 2003). Det var dock förväntat att studenter på Handelshögskola kan komma att skulle skilja sig från andra universitet vid värdesättning, vilket även fastställdes i forskningmodellen. Förväntningarna var dessutom att vissa dimensioner skulle vara mer väsentliga än andra. Det förväntades att bland annat förberedelser för omvärlden, studenter och program skulle värdesättas mest, vilket i undersökningen visade sig stämma.

Trots att studenterna i sin helhet värdesatte det som EQUIS ackrediteringen bidrar med i utbildningen, ansåg de inte ackreditering vara betydelsefullt. Faktumet tyder på att studenterna kanske inte är fullständigt medvetna om vad ackrediteringsarbetet innebär och bidrar med till skolan. Det kan dock som sagt vara en utmaning för de studerande att förstå dess riktiga innebörd eftersom skolan varit ackrediterad långt innan de börjat studera på skolan. Den verkliga påverkan av ackreditering hade enbart uppfattats av studenterna om de befann sig på skolan innan och efter ackreditering.

Undersökningen visade att ackreditering i relativt stor utsträckning skapar värde för studenter på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. Resultatet tyder vidare på att studenterna möjligen inte är fullständigt *medvetna* om dess värdeskapande. På så vis bör Handelshögskolan potentiellt bättre informera studenterna om vad ackrediteringsarbetet innebär och vad det i praktiken bidrar med. Något som i framtiden även kan medverka i ett förbättrat rykte av skolan och att fler studenter söker sig till ackrediterade skolor.

6.2 Studiens bidrag

Studien bidrar med ett mikroperspektiv på hur ackrediteringar upplevs och värdesätts, något som vidare hjälper fylla det gap som finns inom forskningsområdet. Undersökningen kan även vara ett hjälpmedel för universitet som söker sig till att bli ackrediterade. Detta genom att erbjuda dem en synvinkel på vilket värde som ackreditering medför för studenter och vad för betydelse det kan ha för universitetet. De skolor som söker ackreditering kan utifrån denna studie potentiellt bli inspirerade till att utföra en liknande undersökning på sina studenter, innan de ger sig på ackrediteringsprocesserna.

6.3 Implikationer

Utifrån slutsatserna i studien framkommer att studenterna värdesätter de områden som EQUIS ramverket avser beröra på skolan. Det tyder på att ackreditering kan bidra med värdeskapande för studenter. Som konstaterat i uppsatsens teoretiska delar kan värdeskapande aktiviteter för kunderna således öka organisationens kvalité. En slutsats som dragits är att studenterna däremot inte verkar vara medvetna om att ackrediteringar faktiskt bidrar med aktiviteter som majoriteten anser vara av vikt för utbildningen. De skolor som redan är ackrediterade kan fundera på hur de bör agera för att öka de studerandes medvetenhet om ackrediteringars bidrag i deras utbildning. Huruvida universitet bör satsa på ackreditering är dock ingenting som med säkerhet kan fastställas. Det som däremot kan sägas är att varje universitet bör se över det värde som ackreditering kan bidra med för de och deras studenter, för att utifrån det bedöma om processerna är centrala för dem. Andra universitet kan komma att skilja sig från Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, vilket även blev tydligt i tidigare forskning.

6.4 Begränsningar och fortsatt forskning

De begränsningar som uppstått i studien är att resultatet inte kan generaliseras till *alla* studenter på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, då få studenter ingick i studien i jämförelse med antalet studenter på Handelshögskolan. År 2017 beräknades helårsstudenter till cirka 3800 personer och inklusive andra typer av studenter uppskattades siffran till 7300 personer (Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, 2017). I den rådande situationen under Corona pandemin förekom det begränsningar i sättet att nå ut till studenterna. Med tanke på att skolan under denna period övergått till distansundervisning fanns inte möjligheten att dela ut enkäten för hand. Faktumet innebar att enkäten enbart kunde skickas ut elektroniskt, vilket vanligtvis innebär en lägre svarsfrekvens. Dessutom fanns det inte tillgång till alla studenters elektroniska

adresser vilket gjorde det till ytterligare en utmaning att nå ut till alla studerande på skolan. I undersökningen deltog 150 studenter. Respondenterna var emellertid fördelade mellan årskurser och program, vilket i alla fall tillåter att med viss försiktighet skapa en bild av studenterna på Handelshögskolan som grupp.

För vidare forskning hade det varit intressant att utföra studien på fler studenter och handelshögskolor, dessutom på studenter som tagit del av skolan innan och efter ackreditering. Att utföra studien på fler handelshögskolor hade ökat resultatets generaliserbarhet och en slutsats hade kunnat dras för vad studenter på handelshögskolor överlag värdesätter. Dessutom skulle det ge upphov till en jämförelse mellan handelshögskolorna. Vidare hade det även visat på ackrediteringars betydelsefullhet på en större skala. Genom att utföra undersökningen på skolor före och efter ackreditering skulle det tydligare visat vad för förändringar ackrediteringsarbetet bidrar med och om det påverkar organisationens kvalité till det bättre. I denna studie gjordes dessutom avgränsningar till EQUIS systemet, i en större studie kan fler ackrediteringssystem inkluderas och därmed öka undersökningens generaliserbarhet ytterligare.

7. Referenslista

- Alajoutsijärvi, K., Kettunen, K., & Sohlo, S. (2018). Shaking the Status Quo: Business Accreditation and Positional Competition. *Academy of Management Learning and Education*, 17(2), 203-225. DOI:10.5465/amle.2015.019
- Avolio, B. & Benzaquen, J. (2020). Strategic drivers to approach business school's accreditations, *Journal of Education for Business*. DOI: 10.1080/08832323.2019.1707751
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga Metoder*. Stockholm: Liber AB
- Bryman, A. & Bell, E., 2017. *Företagsekonomiska forskningsmetoder* (3 uppl). Stockholm: Liber AB.
- Cullen, J., Joyce, J., Hassall, T., & Broadbent, M. (2003). Quality in higher education: From monitoring to management. *Quality Assurance in Education*, 11(1), 5-14. DOI:10.1108/09684880310462038
- EFMD. (2019). 2019 EQUIS standards & criteria. Hämtad 2020-04-09 från https://www.efmdglobal.org/wp-content/uploads/EFMD_Global-EQUIS_Standards_and_Criteria.pdf
- Ekström, A. (2020, 30 mars). Satsningar inom utbildningsområdet. *Regeringskansliet; Utbildningsdepartementet*. Hämtad 2020-04-16 från: <https://www.regeringen.se/artiklar/2020/03/satsningar-inom-utbildningsområdet/#hogskoloranchor>
- Eliasson, A. (2006). *Kvantitativ metod från början*. Lund: Studentlitteratur.
- Ewell, P.T. (1993). Total quality and academic practice: the idea we've been waiting for?. *Change*, 25 (3), 49-56.
- Field, A., & Hole, G. (2003). *How to design and report experiments*. London: SAGE
- Ghauri, P., & Grønhaug, K. (2010). *Research methods in business studies* (4 uppl.). Harlow: Pearson Education
- Graf, A. & Maas, P. (2008). Customer value from a customer perspective: a comprehensive review . *Journal für Betriebswirtschaft*, 58, 1–20. DOI: 10.1007/s11301-008-0032-8
- Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. (2017) Fakta & Historia. Hämtad 2020-06-03 från: https://handels.gu.se/om_handelshogskolan/fakta_och_historia
- Hill, Y, Lomas, L & MacGregor, J. (2003). Students' perceptions of quality in higher education. *Quality Assurance in Education*, 11(1), 15-20

- Jaggia S., & Kelly, A. (2016). *Business statistics: communicating with numbers* (2 uppl.). McGraw-Hill education
- Khayati, A., Ariail, L. D. (2020). Business students' perceptions of faculty attributes: a two-country cross-cultural comparison. *Accounting Education*. DOI: 10.1080/09639284.2020.1719424
- Koslowski, F. (2006). Quality and assessment in context: a brief review. *Quality Assurance in Education*, 14(3), 277-288
- Lagrosen, O. S. (2017). Quality through accreditation. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9(3/4), 469-483. DOI: 10.1108/IJQSS-02-2017-0010
- Lejeune, C. (2011). Is continuous improvement through accreditation sustainable? A capability-based view. *Management Decision*, 49(9), 1535-1538. DOI: 10.1108/0025174111117397
- Lejeune, C., & Vas, A. (2009). Organizational culture and effectiveness in business schools: a test of the accreditation impact. *Journal of Management Development*, 28(8), 728-741. DOI: 10.1108/02621710910985504
- Makhoul, A. S. (2019). Higher education accreditation, quality assurance and their impact to teaching and learning enhancement. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 35(4), 235-250. DOI 10.1108/JEAS-08-2018-0092
- MBA Today. (2019). *The triple accredited business schools (AACSB, AMBA, EQUIS)*. Hämtad 2020-04-02 från: <https://www.mba.today/guide/triple-accreditation-business-schools.com>
- Mårtensson, P. & Richtner, A. (2015). What parameters do students value in business school rankings?, *Journal of Higher Education Policy and Management*, 37(6), 646-658. DOI: 10.1080/1360080X.2015.1102821
- Nguyen, C. H. (2017). Impact of International Accreditation on the Emerging Quality Assurance System: The Vietnamese Experience. *Change Management*, 17(3), 1-9. DOI: 10.18848/2327-798X/CGP/v17i03/1-9
- Parsiseau, E.S., McDaniel, J.R. (1997). Assessing service quality in schools of business. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 14(3), 204-218
- Patel, R., & Davidson, B. (2011). *Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning* (4 uppl.). Lund: Studentlitteratur AB
- Romer, P. (1986). Increasing Returns and Long Run Growth. *Journal of Political Economy* 94(5). 1002–1037.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for business : A skill-building approach* (6 uppl.). Hoboken, N.J.: Wiley.

Seymour, D.T. (1992). *On Q: Causing Quality in Higher Education*. Macmillan, New York, NY

Urgel, J. (2007). EQUIS accreditation: value and benefits for international business schools. *Journal of Management Development*, 26(1), 73-83. DOI: 10.1108/02621710710721698

Vandermerwe, S. (2000). How Increasing Value to Customers Improves Business Results. *Sloan Management Review*, 42. 27-37.

Vandermerwe, S. (1993) Jumping Into the Customer's Activity Cycle. *Columbia Journal of World Business*, 28(2). 46–65.

Watson, G.H. (2002). Drucker: delivering value to customers. *Quality Progress*, 35(5), 55-61

Xinqi, S., Wenzhong, W., & Wenchao, P. (2018). Analyzing the relationship between international accreditation and the quality of high-end business talents in China. *International Journal of Education and Practice*, 6(4), 206-215. DOI: 10.18488/journal.61.2018.64.206.215

Bilaga 1 – Enkätformulär

1. Vilket program läser du? *

- ☐ Ekonomprogrammet
- ☐ Juristprogrammet
- ☐ Logistikprogrammet
- ☐ Samhällsvetenskapliga miljöprogrammet
- ☐ Fristående kurser
- ☐ Master program

2. Antal år som du läst på Handelshögskolan *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 3+

3. Är du medveten om vad en ackreditering för handelshögskolor är? *

- ☐ Ja
- ☐ Nej

4. Spelade Handelshögskolans ackrediteringar in i ditt val av universitet? *

- ☐ Ja
- ☐ Nej

5. Hur betydelsefullt är det för dig att din skola är ackrediterad? *

Helt oväsentligt (1 2 3 4 5) Väldigt

6. Vad symboliserar ackreditering enligt dig? (Välj ett eller flera) *

- ☐ Skolan har hög status
- ☐ Skolan har god kvalitet
- ☐ En symbol som inte har någon verklig betydelse
- ☐ Ingen uppfattning
- ☐ Övrigt: _____

7. Upplever du att följande påstående stämmer? * JA NEJ

En skola med hög status ökar mina chanser till arbete

God kvalitet på skolan ökar mina chanser till arbete

Avsnitt 2 – Välj de alternativ (ett eller flera) som du upplever skapar värde för dig i din utbildning

8. Resurser (vad är viktigt för dig?) *

- ☐ Skolan kan förse mig med bra ytor att studera på
- ☐ Det finns ett stort utbud av litteratur på skolan
- ☐ Personalen på administrationen är av hög kvalitet
- ☐ Det finns tillgång till tekniska hjälpmedel på skolan
- ☐ Inget av ovanstående

9. Strategi & Styrning (vad är viktigt för dig?) *

- ☐ Skolan har tydliga mål som hela organisationen delar och strävar efter
- ☐ Bra ledarskap finns på skolan
- ☐ Skolan har hög status / bra rykte
- ☐ Universitetet har medvetenhet om miljön och marknaden som de agerar i
- ☐ Inget av ovanstående

10. Programmen (vad är viktigt för dig?) *

- ☐ Det finns flera program att välja mellan på skolan
- ☐ Kurserna består av både teoretisk och praktisk kunskap
- ☐ Det finns en variation i utlärningsmetoder
- ☐ Det finns möjlighet att ge feedback i kurserna
- ☐ Examinationsmetoderna varierar
- ☐ Lärarna ger mig det stöd jag behöver i min utveckling
- ☐ Inget av ovanstående

11. Relationer till praktiken (vad är viktigt för dig?) *

- ☐ Skolan har ett brett nätverk som består av arbetsgivare
- ☐ Professionella läser kurser på min skola
- ☐ Skolan har bra relationer till företag
- ☐ Professionella bidrar med praktisk erfarenhet till utbildningen
- ☐ Inget av ovanstående

12. Studenter (vad är viktigt för dig?) *

- ☐ Skolan består av ett mångfald studenter med olika bakgrunder
- ☐ På skolan går många kvalificerade studenter
- ☐ Skolan bygger relationer med sina studenter
- ☐ Relationen mellan studenten och skolan fortsätter efter examen
- ☐ Studenterna utvecklas på skolan
- ☐ Som student på skolan hittar man arbete efter examen
- ☐ Inget av ovanstående

13. Fakultet och forskning (vad är viktigt för dig?) *

- ☐ Flera har doktorerat på skolan
- ☐ Det forskas mycket på skolan
- ☐ Skolan publicerar många verk (artiklar, forskning etc.)
- ☐ Det finns olika nivåer av utbildning
- ☐ Inget av ovanstående

14. Förberedelser för omvärlden (vad är viktigt för dig?) *

- ☐ Skolan förbereder studenten för en globaliserad värld
- ☐ På skolan går internationella studenter
- ☐ Studenter har möjligheten att studera utomlands
- ☐ Internationalisering är en del av kursinnehållet
- ☐ Hållbarhet är en del av kursinnehållet
- ☐ Studenten lär sig om ansvarstagande inom sitt område
- ☐ På skolan utvecklar studenten sitt etiska tänkande
- ☐ Inget av ovanstående

15. Av det jag anser skapar värde för mig i min utbildning har Handelshögskolan hög kvalitet på *

Inga element (1 2 3 4 5 6 7) Alla element

Övrigt

Finns det något övrigt som du upplever skapar värde för dig i en utbildning?